

DERIVATIF

Jurnal Manajemen

PENGARUH BUDAYA ORGANISASI, MOTIVASI DAN GAYA KEPEMIMPINAN TERHADAP KINERJA DOSEN DENGAN KOMITMEN ORGANISASIONAL SEBAGAI VARIABELANTARA (Studi Kasus pada PTS di Surakarta)

Elia Ardyan - Budi Istiyanto

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN MAHASISWA TERHADAP LOYALITAS MELALUI CITRA UNIVERSITAS TERBUKA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Soekiyono - Wiwin Siswantini

PEMODELAN KINERJA MENGGUNAKAN DISIPLIN KERJA PADA KOPERASI DI KECAMATAN PUNGGUR LAMPUNG TENGAH

Suharto

PENGARUH FAKTOR-FAKTOR PEMBENTUK LOYALITAS MAHASISWA UNIVERSITAS TERBUKA

Andy Mulyana - Devi Ayuni

PENGARUH KUALITAS JASA TERHADAP KEPUASAN, KEPERCAYAAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (Survei pada Pengguna Kartu Simpati di Kalangan Mahasiswa)

Devi Ayuni, SE., M.Si - Andy Mulyana, SE

MEMBANGUN KEPUASAN PELANGGAN MELALUI KUALITAS PELAYANAN PADAPT. PLN (PERSERO) RANTING WAY JEPADA LAMPUNG TIMUR

Sugiono

EVALUASI IMPLEMENTASI KEBIJAKAN REFORMASI BIROKRASI KEMENTERIAN KOORDINATOR BIDANG PEREKONOMIAN

Dr. Mulyadi, S.H., MSE.

PENGARUH ANALISIS RASIO KEUANGAN TERHADAP KEBIJAKAN DEVIDEN (Studi Empiris pada Perusahaan Real Estate dan Property yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)

Wiwin Siswantini

PENGARUH STRES KERJA DAN MOTIVASI KERJA TERHADAP KEPUASAN KERJA KARYAWAN PT. SORINI AGRO ASIA CORPORINDO Tbk, CABANG LAMPUNG

Suwarto

DERIVATIF	Vol. 8	No. 2	Hal. 1 - 132	Nopember 2014	ISSN CETAK 1978 - 6573 ISSN ONLINE 2477 - 300x
------------------	------------------	-----------------	------------------------	-------------------------	---



FAKULTAS EKONOMI
Universitas Muhammadiyah Metro

JURNAL DERIVATIF

Jurnal Ilmiah Program Studi Manajemen

Pelindung

Dekan Fakultas Ekonomi UM Metro

Dr. Suharto, S.E., M.M.

Pimpinan Umum/Ketua Penyunting

Dr. Afdal Mazni, S.E., M.M.

Penyunting Pelaksana

Dr. Suharto, S.E., M.M.

Dra. Lisnawati

Tri Eviyanti, S.P.

Sidang Penyunting

Dr. Bambang Suhada, S.E., M.Si.

Prof. Dr. H. Juhri, AM, M.Pd.

Ery Baskoro, S.E., M.M.

Ratmono, S.E., M.M.

Suryadi, S.E., M.M.

Jati Imantoro, S.E., M.E.Sy.

Mitra Bestari

Dr. Robert Kristaunk, Drs. M.M. (Usakti)

Dr. Acep Edison, S.E., M.M. (Univ. Widayatama Bandung)

Dr. Afdal Mazni, S.E., M.M. (FE-UM Metro)

Sekretaris Redaksi/Tata Usaha

Dra. Lisnawati

Tri Eviyanti, S.P.

Diterbitkan :

Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Metro

Ji. Ki Hajar Dewantara 116 Kota Metro

Telp. (0725) 41378 Fax (0725) 41378

Email: feummetro@gmail.com

www.ummetro.ac.id

Redaksi menerima tulisan ilmiah, hasil penelitian dan pemikiran pengembangan ilmu, naskah diketik spasi ganda dan pada kertas kuarto A4 maksimum 12 halaman disertai dengan abstrak Bahasa Inggris maksimal dua paragraf, terbit dua kali dalam satu tahun (Bulan April dan Nopember)

KATA PENGANTAR

Assalamu ‘alaikum Wr.Wb.

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan karunia dan rahmat kepada kita semua sehingga Jurnal DERIVATIF Volume 8 Nomor 2 bulan Nopember 2014 ini dapat diterbitkan. Jurnal ilmiah bidang ilmu manajemen DERIVATIF ini merupakan media untuk mensosialisasikan hasil penelitian dan kajian ilmu yang dilakukan oleh para dosen di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Metro, maupun dan Akademisi lainnya serta praktisi manajemen yang memiliki kepedulian ilmiah demi kemajuan ilmu manajemen.

Jurnal DERIVATIF Volume 8 Nomor 2 bulan Nopember 2014 ini menyajikan 9 (sembilan) hasil penelitian dan beberapa Universitas baik di Lampung maupun daerah lainnya.

Hal ini merupakan wujud dan semakin diterimanya Jurnal “DERIVATIF” sebagai wadah dalam mempublikasikan artikel hasil penelitian oleh para peneliti. Pada edisi berikutnya, kami berusaha untuk mempublikasikan artikel dan beberapa Universitas agar jurnal “DERIVATIF” lebih baik lagi.

Akhirnya kami ucapkan terima kasih kepada para penulis yang telah memberikan kepercayaan kepada kami.

Wassalamu’alaikum Wr.Wb.

Metro, Nopember 2014

Dewan Redaksi

DAFTAR ISI

- 1-13 **PENGARUH BUDAYA ORGANISASI, MOTIVASI DAN GAYA KEPEMIMPINAN TERHADAP KINERJA DOSEN DENGAN KOMITMEN ORGANISASIONAL SEBAGAI VARIABEL ANTARA**
(Studi Kasus pada PTS di Surakarta)
Elia Ardyan - Budi Istiyanto
- 14-28 **PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN MAHASISWA TERHADAP LOYALITAS MELALUI CITRA UNIVERSITAS TERBUKA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**
Soekiyono – Wiwin Siswantini
- 29-40 **PEMODELAN KINERJA MENGGUNAKAN DISIPLIN KERJA PADA KOPERASI DI KECAMATAN PUNGGUR LAMPUNG TENGAH**
Suharto
- 41-49 **PENGARUH FAKTOR-FAKTOR PEMBENTUK LOYALITAS MAHASISWA UNIVERSITAS TERBUKA**
Andy Mulyana - Devi Ayuni
- 50-71 **PENGARUH KUALITAS JASA TERHADAP KEPUASAN, KEPERCAYAAN DAN LOYALITAS PELANGGAN**
(Survei pada Pengguna Kartu Simpati di Kalangan Mahasiswa)
Devi Ayuni, SE., M.Si - Andy Mulyana, SE
- 72-89 **MEMBANGUN KEPUASAN PELANGGAN MELALUI KUALITAS PELAYANAN PADA PT. PLN (PERSERO) RANTING WAY JEPARA LAMPUNG TIMUR**
Sugiono
- 90-104 **EVALUASI IMPLEMENTASI KEBIJAKAN REFORMASI BIROKRASI KEMENTERIAN KOORDINATOR BIDANG PEREKONOMIAN**
Dr. Mulyadi, S.H., MSE.
- 105-116 **PENGARUH ANALISIS RASIO KEUANGAN TERHADAP KEBIJAKAN DEVIDEN**
(Studi Empiris pada Perusahaan Real Estate dan Property yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)
Wiwin Siswantini
- 117-132 **PENGARUH STRES KERJA DAN MOTIVASI KERJA TERHADAP KEPUASAN KERJA KARYAWAN PT. SORINI AGRO ASIA CORPORINDO Tbk, CABANG LAMPUNG**
Suwarto

MEMBANGUN KEPUASAN PELANGGAN MELALUI KUALITAS PELAYANAN PADA PT. PLN (PERSERO) RANTING WAY JEPARA LAMPUNG TIMUR

Sugiono

(rawedeng24@yahoo.co.id)

Dosen Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Lampung Timur

Abstract

The success of a company depends on the ability of a product or service to give satisfaction to the consumer. Moreover, if the company is engaged in the service, customer satisfaction is a necessary condition for their survival. As a State-Owned Enterprises (SOEs), PT. PLN. (Persero) is not only in demand to get high profit but must be able to provide excellent service in order to satisfy subscriber. This study aims to: How is the level of customer satisfaction to service quality and Level of the importance from each item and dimension from service quality which was given by PT. PLN (Persero) branch of Way Jepara. From the analysis conducted using the Customer Satisfaction Index (CSI) obtained the value of 61%. This suggests that the level of consumer satisfaction in the category quite satisfied. Similarly, from the analysis using the Importance Performance Analysis (IPA) there are 8 (eight) items entering quadrant A, which means the expectations of these items are high but given the low kinerja. Quadrant B shows the items that are important to customers and has been implemented properly by the management of PT. PLN (Persero), but no one items that are entered in the quadrant. Quadrant C shows the items that have performance and low expectations and no one items that goes on the quadrant. While 6 items entered in quadrant D, Quadrant D shows the items were deemed less important by the customers, but its performance is done so well that customers assess the performance of the perceived excessive.

Keywords: *Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA)*

I. PENDAHULUAN

PT PLN (Persero) merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang memberikan pelayanan kepada masyarakat dalam penyediaan jasa yang berhubungan dengan penjualan tenaga listrik satu-satunya di Indonesia. Sebagai Badan usaha yang melayani hajat hidup masyarakat banyak (publik servis) PT PLN harus benar-benar menjadi perusahaan yang sanggup memberikan tidak hanya kebutuhan masyarakat berkaitan dengan jasa kelistrikan tetapi juga dituntut untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada pelanggannya. Dasawarsa terakhir ini kebutuhan listrik melonjak dengan tinggi dan cepat, khususnya kebutuhan bagi industri dan diiringi pula dengan permintaan pemasangan baru maupun penambahan daya. Sebagai Badan Usaha yang memberikan jasa, PT PLN (Persero) Ranting Way Jepara harus dapat memberikan kepuasan kepada pelanggannya karena tingkat kepuasan masyarakat menjadi lebih tinggi lagi sebagai akibat dari meningkatnya pendapatan masyarakat yang maju dan modern.

Pelayanan merupakan Faktor yang sangat penting di dalam usaha meningkatkan kepuasan pelanggan. Pada dasarnya posisi pelayanan ini merupakan faktor pendukung terhadap aktivitas pemasaran jasa PT. PLN (Persero) ranting Way Jepara. Dalam rangka

meningkatkan pelayanan penyediaan tenaga listrik kepada pelanggannya, PT. PLN (Persero) Ranting Way Jepara melaksanakan langkah-langkah peningkatan efisiensi, mutu pelayanan, dan keandalan penyediaan tenaga listrik dengan memberikan perhatian khusus kepada kegiatan pelayanan dalam hal pemenuhan kebutuhan pelanggan agar dalam pelaksanaannya dapat memuaskan pelanggan.

Dalam memberikan pelayanan untuk pemenuhan kebutuhan pelanggan akan listrik, sudah tentu menjadi hal yang utama bagi PT PLN (persero) Ranting Way Jepara, Karena pelanggan merupakan faktor penting yang harus diprioritaskan, di mana kepuasan pelanggan berarti keuntungan bagi perusahaan. Yang tentunya hal ini sesuai dengan konsep pemasaran yang mengatakan “Kepuasan pelanggan adalah syarat mutlak bagi kelangsungan hidup perusahaan” Akhir-akhir ini banyak sekali keluhan pelanggan terhadap kinerja PT. PLN (Persero) Ranting Way Jepara, yang antara lain : frekuensi mati lampu yang tinggi dan durasi waktu yang lama dalam satu bulan, ketidakakuratan penengangan dan pegadministrasian catatan/dokumen seperti pencatatan penggunaan meteran dan struk pembayaran sehingga antara pembayaran dengan penggunaan meteran tidak sesuai.

Dari latar belakang masalah tersebut penulis berkeinginan untuk meneliti “ANALISIS MEMBANGUN KEPUASAN PELANGGAN INDUSTRI MELALUI KUALITAS PELAYANAN PADA PT. PLN (PERSERO) RANTING WAY JEPARA LAMPUNG TIMUR”.

Perumusan Masalah

1. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan PT. PLN (Persero) ranting Way Jepara?
2. Apakah suatu item atau dimensi dianggap penting atau tidak oleh pelanggan, dan sejauh mana item atau dimensi tersebut memuaskan pelanggan?

Tujuan penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Menganalisis tingkat kepuasan Pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. PLN. (Persero) ranting Way Jepara
2. Untuk mengetahui apakah suatu item atau dimensi dianggap penting atau tidak oleh pelanggan, dan sejauh mana item atau dimensi tersebut memuaskan pelanggan.

II. LANDASAN TEORI

Pengertian Kualitas Jasa

Jasa bersifat *intangible* dan lebih merupakan proses yang dialami pelanggan secara subjektif, dimana aktivitas produksi dan konsumsi berlangsung pada saat bersamaan. Selama proses tersebut berlangsung, terjadi interaksi yang meliputi serangkaian *moments of truth* antara pelanggan dan penyedia jasa. Apa yang terjadi selama interaksi tersebut akan sangat berpengaruh terhadap jasa yang dipersepsikan pelanggan. Pada prinsipnya, definisi kualitas jasa berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan (Tjiptono, 2005).

Menurut Parasuraman, *et al* (1998) *service quality* didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima / peroleh. Dalam model SERVQUAL, kualitas jasa didefinisikan sebagai “penilaian atau sikap global berkenaan dengan superioritas suatu jasa” (Parasuraman *et al*, 1985), sedangkan definisi kualitas layanan yang sering disebut sebagai mutu pelayanan (Parasuraman *et al*, 1988) adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas

pelayanan yang mereka terima atau peroleh. Harapan merupakan keinginan para pelanggan dari pelayanan yang mungkin diberikan oleh perusahaan.

Dimensi Kualitas Jasa

Kualitas pelayanan mengacu pada kualitas penawaran jasa yang diharapkan dan dirasakan. Hal ini terutama dengan menentukan kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan. Banyak perusahaan yang memprioritaskan kualitas jasa yang diharapkan dan dirasakan untuk mempertinggi kualitas jasa tersebut. Dimensi kualitas jasa dalam model SERVQUAL didasarkan pada skala multi item yang dirancang untuk mengukur harapan dan persepsi pelanggan, serta gap diantara keduanya dalam dimensi-dimensi kualitas jasa. Pada awalnya Parasuraman et al (1985) mengidentifikasi sepuluh dimensi pokok dengan 22 variabel yang berkaitan dengan pelayanan dan kemudian dianalisis dengan memakai analisis faktor. Ternyata dapat dikemukakan beberapa kriteria yang digunakan dalam menilai mutu pelayanan. Kriteria tersebut meliputi 10 dimensi potensial yang saling melengkapi yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *communication*, *credibility*, *security*, *competence*, *courtesy*, *understanding* dan *access*. Kemudian pada penelitian selanjutnya Parasuraman et al di tahun 1988 menyempurnakan dimensi tersebut kemudian diolah lagi sehingga akhirnya disederhanakan menjadi 5 dimensi yaitu:

1. Bukti langsung (*tangibles*); meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi
2. Keandalan (*reliability*); yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan
3. Daya tanggap (*responsiveness*); yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap
4. Jaminan (*assurance*); mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko, atau keragu-raguan
5. Empati (*empathy*); meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam teori dan praktek pemasaran, serta merupakan faktor yang esensial bagi kegiatan bisnis. Dalam buku teks standar *Marketing Management* yang ditulis Kotler (2003) dan banyak dijadikan acuan, menegaskan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Selain itu juga definisinya berdasarkan *disconfirmation paradigm* (Oliver, 1997), bahwa kepuasan pelanggan dirumuskan sebagai evaluasi pascabeli. Apabila persepsi terhadap kinerja tidak bisa memenuhi harapan, maka akan terjadi ketidakpuasan.

Faktor-faktor Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi pelanggan atas *performance* produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan. Pelanggan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui. Pertanyaan yang fundamental adalah apa sebenarnya yang membuat pelanggan puas.

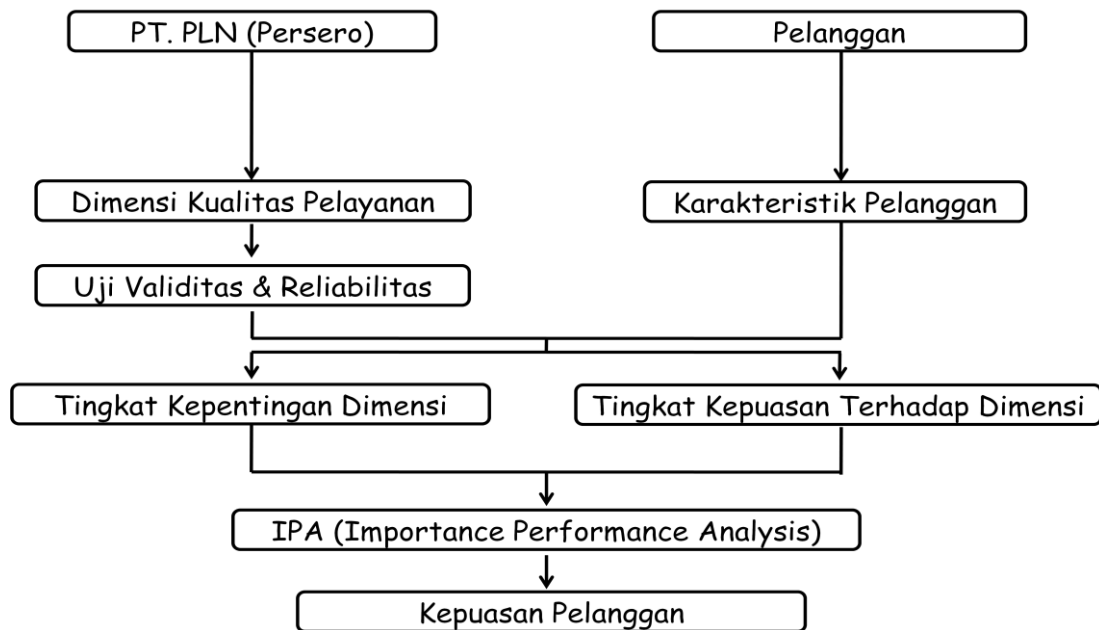
Menurut Handi Irawan (2004 : 37) ada lima atau faktor-faktor utama kepuasan pelanggan, yaitu :

1. Kualitas produk
2. Harga
3. *Service quality*
4. *Emotional factor*
5. Biaya dan kemudahan

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dimulai dari pengoperasionalan konsep kualitas pelayanan menjadi dimensi-dimensi dan selanjutnya dari dimensi-dimensi tersebut di jabarkan menjadi instrumen-instrumen pertanyaan/pernyataan yang akan disebarakan kepada pelanggan untuk untuk mendapatkan data tentang tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dari dimensi kualitas pelayanan yang nantinya akan di uji menggunakan CSI (Customer Satisfaction Index) dan IPA (*Importance Performance Analysis*). Berdasarkan hal tersebut, disusun kerangka pemikiran penelitian sebagai berikut :

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



III. METODE PENELITIAN

Bentuk Penelitian

Adapun yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah “Deskriptif” yaitu suatu bentuk penelitian yang menggambarkan keadaan suatu objek pada saat ini dengan didukung oleh adanya fakta-fakta dan data-data akurat yang berhubungan dengan keadaan sekarang.

Batasan Konsep dan Definisi Operasional Variabel

Konsep dalam penelitian ini adalah Kualitas pelayanan dengan lima dimensi/indikator yang ditabulasikan seperti tabel 3.1 berikut :

Tabel 3.1. Konsep, indikator/dimensi dan item/instrumen.

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Pelayanan	<i>Tangible</i>	1. Kelayakan Kantor PT. PLN. (PERSERO) ranting Way Jepara 2. Perlengkapan PT. PLN.(PERSERO) 3. Kemutakhiran (kemodernan) saranafisik yang dimiliki	Likert
	<i>Empathy</i>	1. mendengarkan secara aktif pesan yang	Likert

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
		disampaikan pelanggan 2. menempatkan diri dalam posisi pelanggan 3. merespon secara tepat guna menjawab keinginan yang menjadi perhatian Pelanggan.	
	<i>Reliability</i>	1. PLN menyediakan jasa pelayanan dengan baik dari awal hingga akhir 2. Keakuratan penanganan atau pengadministrasian catatan/dokumen 3. Pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan	Likert
	<i>Responsiveness</i>	1. Kesiediaan karyawan dalam memberikan layanan yang cepat 2. Kesiediaan karyawan dalam membantu kesulitan pelanggan dengan cepat 3. Keluasan waktu karyawan untuk menanggapi permintaan konsumen dengan cepat	Likert
	<i>Assurance</i>	1. Tingkat pendidikan dan kecakapan karyawan PT. PLN. (PERSERO) 2. Kompetensi (kemampuan) karyawan dalam bidang pelayanan PLN yang diberikan. 3. Kedisiplinan karyawan dalam memberikan layanan	Likert

Sumber : Zeithaml

Jenis dan sumber data

Data yang diperlukan didalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuisioner pada responden/pelanggan dan wawancara dengan pihak manajemen perusahaan, sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumentasi.

Populasi dan Sampel dan Teknik Sampel

Target populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan yang menggunakan jasa PT. PLN (PERSERO) Ranting Way Jepara dengan spesifikasi pengguna industri atau pelanggan dengan pengguna ≥ 1.350 KWH yang berjumlah 121 pelanggan. Penelitian ini tidak di lakukan pada semua populasi, tetapi pada sebagian dari populasi target.

Sampel dalam penelitian ini adalah 93 pelanggan. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *Slovin* dengan perhitungan sebagai berikut menurut Husein Umar (2005:145)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{121}{1 + 121(0.05)^2} = \frac{121}{1 + 0,3025} = \frac{121}{1,3025} = 92,898 \approx 93$$

Di mana:

n = ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Persen kelonggaran ketidaktelitian (5%) karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan.

Dalam penelitian ini teknik Smpling yang penulis gunakan adalah *Simple Random Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama pada anggota populasi untuk dijadikan sampel.

Teknik pengumpulan data

Penelitian yang baik diperlukan suatu teknik atau cara yang tepat dalam pengumpulan data, sehingga hasil penelitian dapat menghasilkan sesuatu yang dapat dipertanggung jawabkan baik secara logis dan empiris. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah :

Dokumentasi

Dokumentasi ditujukan untuk mendapatkan data sekunder yang berasal dari dokumen-dokumen PT. PLN (Persero) baik data-data pelanggan ataupun data-data lain yang dibutuhkan untuk penelitian ini.

Kuisisioner

Kuisisioner dalam penelitian ini adalah kuisisioner dengan tipe tertutup, artinya kuisisioner sudah diberikan alternatif jawaban sehingga responden hanya memilih salah satu dari alternatif jawaban dari masing-masing item yang sudah disediakan yang sesuai dengan keadaan yang dialaminya.

Uji Validitas

Untuk menguji validitas dalam penelitian ini menggunakan Korelasi pearson Product Moment dengan bantuan program SPSS Release 18.0 dengan rumus sebagai berikut :

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

keterangan:

r = koefisien korelasi item total (bivariate pearson)

X = skor item

Y = skor total

n = banyaknya subjek

Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikansi 0,05. kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- Jika nilai sig. < 0.05, maka instrumen atau item-item pertanyaan/pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini penulis menggunakan rumus *Cronbach Alpha* dengan bantuan program SPSS Release 18.0 untuk pengujian reliabilitas, adapun rumus *Cronbach Alpha* adalah sebagai berikut:

$$r_n = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma^2_1} \right]$$

keterangan:

r_n = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan/pernyataan

$\sum \sigma b^2$ = jumlah varian butir

σ^2_1 = varian total

Suatu konstruk atau variabel dinyatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,50.

Teknik Analisa Data Indeks Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction Index*)

Menurut Irawan (2003), pengukuran terhadap indeks kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction Index*) diperlukan karena hasil dari pengukuran tersebut dapat digunakan sebagai acuan untuk menentukan sasaran-sasaran di tahun-tahun mendatang. Tanpa adanya indeks kepuasan pelanggan tidak mungkin *top management* dapat menentukan target dalam peningkatan kepuasan pelanggan. Selain itu indeks juga diperlukan karena proses pengukuran kepuasan pelanggan bersifat kontinu. Tahap-tahap dalam mengukur CSI adalah :

1. Menghitung *Weighting Factors*
Yaitu dengan cara merubah nilai rata-rata tingkat kepentingan menjadi prosentase
2. Menghitung *Weighted Score*
Yaitu dengan cara mengalikan nilai rata-rata tingkat kinerja dengan *weighting Factors*
3. Menghitung *weighted total*
Yaitu dengan cara menjumlahkan *Weighted Score* dari semua item
4. Menghitung *Customer Satisfaction Indeks (CSI)*
Yaitu dengan cara membagi *Weighted Total* dengan skala maksimum kemudian dikalikan 100 persen

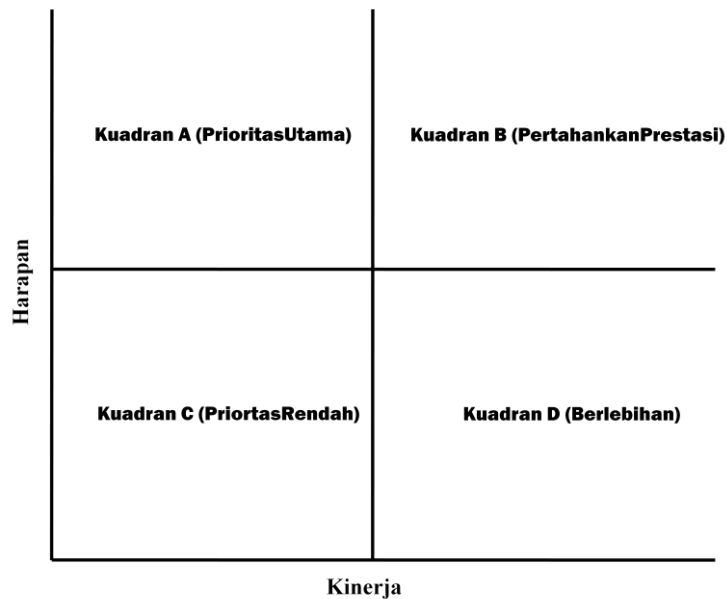
Tingkat kepuasan responden secara menyeluruh dapat dilihat dari kriteria tingkat kepuasan pelanggan, dengan kriteria sebagai berikut:

Tabel 3.2 kriteria tingkat kepuasan pelanggan

No	Range	Kriteria
1	0,81 – 1,00	Sangat Puas
2	0,66 – 0,80	Puas
3	0,51 – 0,65	Cukup Puas
4	0,35 – 0,50	Tidak Puas
5	0,00 – 0,34	Sangat Tidak Puas

Importance - Performance Analysis (IPA)

Metode yang dipergunakan untuk menganalisis data tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan PT. PLN (Persero) adalah metode *Importance and Performance Analysis (IPA)* dengan bantuan program SPSS Release 18.0. Metode ini digunakan untuk menentukan apakah suatu dimensi dianggap penting atau tidak oleh pelanggan, dan apakah dimensi tersebut memuaskan konsumen atau tidak, sehingga dapat prioritas peningkatan kinerja untuk masing-masing dimensi. Analisis tersebut juga tidak menjelaskan hubungan antar dimensi, sehingga tidak bisa dijelaskan apakah dimensi yang satu berpengaruh terhadap dimensi yang lain atau tidak. Penentuan prioritas perbaikan kinerja hanya ditentukan oleh nilai relatif, yaitu nilai rata-rata tingkat kepentingan dan kepuasan, belum mempertimbangkan sumberdaya dan kemampuan perusahaan untuk melakukan perbaikan kinerja tersebut. Adapun bentuk umum dari diagram kartesius adalah sebagai berikut:



Gambar 3.1 Diagram Kartesius

Importance-performance Analisis digunakan untuk mendapatkan informasi tentang tingkat kepuasan pelanggan terhadap suatu pelayanan dengan cara mengukur tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaannya. Tingkat kepentingan dari kualitas pelayanan adalah seberapa penting suatu dimensi pelayanan bagi pelanggan terhadap kinerja pelayanan. Untuk tingkat kepentingan digunakan skala likert 5 tingkat, yaitu sangat penting, penting, cukup penting, kurang penting, dan tidak penting. Kelima tingkat tersebut diberi skor sebagai berikut:

- a. Jawaban sangat penting diberi skor 5.
- b. Jawaban penting diberi skor 4.
- c. Jawaban ragu-ragu diberi skor 3.
- d. Jawaban kurang penting diberi skor 2.
- e. Jawaban tidak penting diberi skor 1.

Tingkat pelaksanaan adalah kinerja aktual dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. PLN (Pesero), yang dirasakan oleh pelangganya. Untuk tingkat pelaksanaan digunakan skala likert 5 tingkat yaitu sangat setuju, setuju, cukup setuju, kurang setuju, dan tidak setuju. Kelima tingkat tersebut diberi skor sebagai berikut:

- a. Jawaban sangat setuju diberi skor 5
- b. Jawaban setuju diberi skor 4.
- c. Jawaban ragu-ragu diberi skor 3.
- d. Jawaban kurang setuju diberi skor 2.
- e. Jawaban tidak setuju diberi skor 1.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas instrumen tingkat Kinerja

Dari tabel 4.1 dibawah dapat dilihat semua instrumen adalah valid. Hal ini dapat dilihat dari nilai Sig. < 0.05.

Tabel 4.1 validitas instrument Kinerja PT.PLN. (Persero)

Item	Nilai Korelasi	Sig.	R. Kritis	Probabilitas	Keterangan
Item 1	0.537	0.006	>0.3	<0.05	Valid
Item 2	0.448	0.025	>0.3	<0.05	Valid
Item 3	0.429	0.033	>0.3	<0.05	Valid
Item 4	0.801	0.000	>0.3	<0.05	Valid
Item 5	0.615	0.001	>0.3	<0.05	Valid
Item 6	0.780	0.000	>0.3	<0.05	Valid
Item 7	0.728	0.000	>0.3	<0.05	Valid
Item 8	0.823	0.000	>0.3	<0.05	Valid
Item 9	0.570	0.003	>0.3	<0.05	Valid
Item 10	0.517	0.008	>0.3	<0.05	Valid
Item 11	0.544	0.005	>0.3	<0.05	Valid
Item 12	0.530	0.006	>0.3	<0.05	Valid
Item 13	0.400	0.048	>0.3	<0.05	Valid
Item 14	0.468	0.018	>0.3	<0.05	Valid
Item 15	0.450	0.024	>0.3	<0.05	Valid

Sumber Data : Korelasi Person Produk Momen

Uji Validitas instrumen Harapan

Dari tabel 4.2 dibawah dapat dilihat semua instrumen adalah valid. Hal ini dapat dilihat dari nilai Sig. < 0.05.

Tabel 4.2 validitas instrument Harapan Pelanggan

Item	Nilai Korelasi	Sig.	R. Kritis	Probabilitas	Keterangan
Item 1	0.428	0.033	0.3	<0.05	Valid
Item 2	0.512	0.009	0.3	<0.05	Valid
Item 3	0.457	0.022	0.3	<0.05	Valid
Item 4	0.585	0.002	0.3	<0.05	Valid
Item 5	0.613	0.001	0.3	<0.05	Valid
Item 6	0.517	0.008	0.3	<0.05	Valid
Item 7	0.601	0.001	0.3	<0.05	Valid
Item 8	0.697	0.000	0.3	<0.05	Valid
Item 9	0.530	0.006	0.3	<0.05	Valid
Item 10	0.727	0.000	0.3	<0.05	Valid
Item 11	0.774	0.000	0.3	<0.05	Valid
Item 12	0.721	0.000	0.3	<0.05	Valid
Item 13	0.464	0.019	0.3	<0.05	Valid
Item 14	0.521	0.008	0.3	<0.05	Valid
Item 15	0.510	0.009	0.3	<0.05	Valid

Sumber Data : Korelasi Person Produk Momen

Uji Reliabilitas instrumen kinerja

Dari tabel tabel dibawah, hasil perhitungan tersebut didapat nilai alpha cronbach lebih besar dari pada nilai kritisnya ($0.856 > 0.50$) maka semua instrumen reliabel.

Cronbach's Alpha	N of Items
,856	15

Uji Reliabilitas instrumen Harapan

Dari tabel hasil perhitungan tersebut didapat nilai alpha cronbach lebih besar dari pada nilai kritisnya ($0.852 > 0.50$) maka semua instrumen reliabel.

Cronbach's Alpha	N of Items
,852	15

Analisa Data

Bagian pertama dari pengolahan data bertujuan untuk mengetahui bagaimanakah kepuasan pelanggan PT. PLN (Persero) Ranting Way Jepara Ranting Way Jepara. Data yang digunakan adalah kuisioner bagian pertama yaitu kuisioner tentang kinerja yang diberikan PT. PLN (Persero) Ranting Way Jepara Ranting Way Jepara.

Bagian kedua adalah pengolahan data yang bertujuan untuk menganalisis data tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan PT. PLN (Persero) Ranting Way Jepara. Data yang digunakan adalah kuisioner bagian pertama dan kedua yaitu kuisioner tentang kinerja diberikan PT. PLN (Persero) Ranting Way Jepara dan harapan pelanggan

Penilaian Tingkat Kepentingan instrument kualitas Pelayanan PT. PLN (Persero) Ranting Way Jepara

Dari Tabel 4.3 dibawah dapat terlihat bahwa item kualitas jasa pelayanan yang dianggap paling penting oleh pelanggan PT. PLN (Persero) Ranting Way Jepara adalah Pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan, yaitu dengan nilai rata-rata tingkat kepentingan sebesar 4.61. Sedangkan untuk item yang paling tidak dipentingkan oleh pelanggan dengan nilai rata-rata paling rendah dibandingkan dengan item kualitas jasa lainnya adalah Kelayakan kantor PT. PLN. (Persero) Ranting Way Jepara, yaitu dengan nilai rata-rata tingkat kepentingan sebesar 3.35.

Tabel 4.3 Penilaian Tingkat Kepentingan Kualitas Pelayanan PT. PLN (Persero) Ranting Way Jepara

NO	DAFTAR PERNYATAAN	RATA-RATA
		HARAPAN
1	Kelayakan kantor PT. PLN. (Persero) ranting Way Jepara	3.35
2	Perlengkapan yang memadai bagi PT. PLN. (Persero) ranting Way Jepara	3.40
3	Kemutakhiran (kemodernan) peralatan PT. PLN. (Persero)	3.54
4	Mendengarkan secara aktif pesan yang disampaikan pelanggan	4.12
5	Menempatkan diri dalam posisi pelanggan	4.18

6	Respon yang tepat terhadap keluhan pelanggan	4.20
7	Menyediakan jasa pelayanan dengan baik dari awal hingga akhir	4.49
8	Keakuratan penanganan atau administrasi catatan/dokumen (misal, pencatatan penggunaan, struk pembayaran)	4.58
9	Pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan	4.61
10	Kesediaan karyawan dalam memberikan layanan yang cepat	4.32
11	Kesediaan karyawan dalam Membantu kesulitan pelanggan dengan cepat	4.41
12	Keluangan waktu karyawan untuk menanggapi permintaan konsumen dengan cepat	4.27
13	Tingkat pendidikan dan kecakapan karyawan	3.99
14	Kompetensi (kemampuan) dalam bidang pelayanan yang diberikan.	4.01
15	Kedisiplinan karyawan dalam memberikan layanan	3.98
Jumlah		61.46
Rata-rata		4.10

Sumber : Data di olah

Penilaian Tingkat Kinerja kualitas Pelayanan PT. PLN (Persero) Ranting Way Jepara

Dari Tabel 4.4 dibawah dapat dilihat bahwa Perlengkapan yang memadai bagi PT. PLN. (Persero) Ranting Way Jepara memiliki nilai rata-rata tertinggi dibandingkan dengan item layanan lainnya pada kinerja pelayanan PT. PLN (Persero) Ranting Way Jepara, yaitu sebesar 3.65. Artinya tingkat kepuasan yang paling tinggi didapat oleh pelanggan PT. PLN (Persero) Ranting Way Jeparayaitu Perlengkapan yang memadai bagi PT. PLN. (Persero) Ranting Way Jepara. Untuk item Keakuratan penanganan atau pengadministrasian catatan/dokumen (misal, pencatatan penggunaan, struk pembayaran) memiliki tingkat kinerja yang paling rendah dibandingkan dengan item lainnya, yaitu sebesar 2.44. Artinya pihak PT. PLN (Persero) Ranting Way Jepara kurang dapat memberikan Keakuratan penanganan atau pengadministrasian catatan/dokumen (misal, pencatatan penggunaan, struk pembayaran) bagi para pelanggan

Tabel 4.4 Penilaian Tingkat Kinerja Kualitas Pelayanan PT. PLN (Persero) Ranting Way Jepara

NO	DAFTAR PERNYATAAN	RATA-RATA
		KINERJA
1	Kelayakan kantor PT. PLN. (Persero) ranting Way Jepara	3.62
2	Perlengkapan yang memadai bagi PT. PLN. (Persero) ranting Way Jepara	3.65
3	Kemutakhiran (kemodernan) peralatan PT. PLN. (Persero)	3.59
4	Mendengarkan secara aktif pesan yang disampaikan pelanggan	2.97
5	Menempatkan diri dalam posisi pelanggan	2.92
6	Respon yang tepat terhadap keluhan pelanggan	2.84
7	Menyediakan jasa pelayanan dengan baik dari awal hingga akhir	2.77
8	Keakuratan penanganan atau pengadministrasian catatan/dokumen (misal, pencatatan penggunaan, struk pembayaran)	2.44
9	Pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan	2.56
10	Kesediaan karyawan dalam memberikan layanan yang cepat	2.85
11	Kesediaan karyawan dalam Membantu kesulitan pelanggan dengan	3.02

NO	DAFTAR PERNYATAAN	RATA-RATA
		KINERJA
	cepat	
12	Keluangan waktu karyawan untuk menanggapi permintaan konsumen dengan cepat	3.06
13	Tingkat pendidikan dan kecakapan karyawan	3.32
14	Kompetensi (kemampuan) dalam bidang pelayanan yang diberikan.	3.34
15	Kedisiplinan karyawan dalam memberikan layanan	3.43
Jumlah		46.40
Rata-rata		3.09

Sumber : data di olah

Indek Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction Index*)

Dari perhitungan yang dilakukan, diperoleh hasil seperti pada tabel 4.5 bahwa *Customer Satisfaction Index (CSI)* untuk item kualitas jasa dari PT. PLN. (Persero) Ranting Way Jepara adalah sebesar 61 %. Dari penilaian yang dilakukan oleh pelanggan PT. PLN (Persero) Ranting Way Jepara, tingkat kepuasan secara keseluruhan terhadap item kualitas jasa yang diberikan PT. PLN (Persero) Ranting Way Jepara relatif tinggi. Hal ini dapat dilihat dari *Customer Satisfaction Index (CSI)* yang memiliki nilai sebesar 61%. Nilai tersebut berada pada *range* 0,51 – 0,65 yang berarti para pelanggan cukup puas terhadap kinerja yang dilakukan oleh PT. PLN Ranting Way Jepara.

Tabel 4.5. Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction Index*)

NO	DAFTAR PERNYATAAN	Rata-rata		WF%	WS
		Kinerja	Harapan		
1	Kelayakan kantor PT. PLN. Rranting Way Jepara	3,62	3,35	5,46	0,20
2	Perlengkapan yang memadai bagi PT. PLN. Ranting Way Jepara	3,65	3,40	5,53	0,21
3	Kemutakhiran (kemodernan) peralatan PT. PLN.	3,59	3,54	5,76	0,21
4	Mendengarkan secara aktif pesan yang disampaikan pelanggan	2,97	4,12	6,70	0,20
5	Menempatkan diri dalam posisi pelanggan	2,92	4,18	6,81	0,20
6	Respon yang tepat terhadap keluhan pelanggan	2,84	4,20	6,84	0,19
7	Menyediakan jasa pelayanan dengan baik dari awal hingga akhir	2,77	4,49	7,31	0,20
8	Keakuratan penanganan atau pengadministrasian catatan/dokumen (misal, pencatatan penggunaan, struk pembayaran)	2,44	4,58	7,45	0,18
9	Pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan	2,56	4,61	7,51	0,19
10	Kesediaan karyawan dalam memberikan layanan yang cepat	2,85	4,32	7,03	0,20
11	Kesediaan karyawan dalam Membantu kesulitan pelanggan dengan cepat	3,02	4,41	7,17	0,22
12	Keluangan waktu karyawan untuk menanggapi permintaan konsumen dengan cepat	3,06	4,27	6,95	0,21

NO	DAFTAR PERNYATAAN	Rata-rata		WF%	WS
		Kinerja	Harapan		
13	Tingkat pendidikan dan kecakapan karyawan	3,32	3,99	6,49	0,22
14	Kompetensi (kemampuan) dalam bidang pelayanan yang diberikan.	3,34	4,01	6,53	0,22
15	Kedisiplinan karyawan dalam memberikan layanan	3,43	3,98	6,47	0,22
Jumlah		46,40	61,46	100	3,06
CSI		61%			

Sumber : data di olah

Importance Performance Analisis (IPA) 15 Item

Hasil analisis yang diperoleh berdasarkan 15 item pernyataan yang diberikan oleh pelanggan menggunakan metode *Importance Performance Analisis* (IPA) pada tabel 4.6 di bawah ini memperlihatkan bahwa nilai rata-rata Kinerja/kenyataan adalah 3.09, dan nilai rata-rata harapan adalah 4.10 dan masih ada selisih antara rata-rata skor harapan dan kenyataan sebesar 1.01

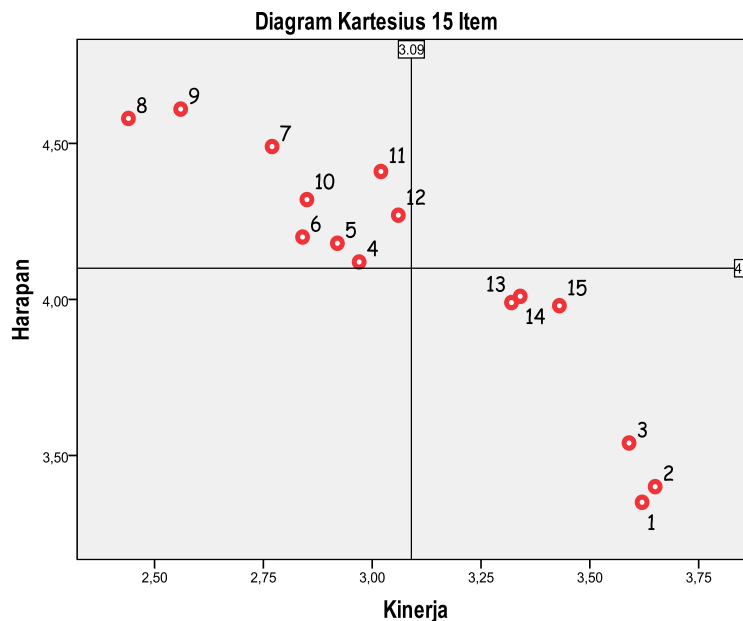
Tabel 4.6 Nilai rata-rata 15 item pernyataan kinerja dan harapan pelanggan

NO	DAFTAR PERNYATAAN	RATA-RATA	
		Kinerja	Harapan
1	Kelayakan kantor PT. PLN. (Persero) ranting Way Jepara	3.62	3.35
2	Perlengkapan yang memadai bagi PT. PLN. (Perero) ranting Way Jepara	3.65	3.40
3	Kemutakhiran (kemodernan) peralatan PT. PLN. (Persero)	3.59	3.54
4	Mendengarkan secara aktif pesan yang disampaikan pelanggan	2.97	4.12
5	Menempatkan diri dalam posisi pelanggan	2.92	4.18
6	Respon yang tepat terhadap keluhan pelanggan	2.84	4.20
7	Menyediakan jasa pelayanan dengan baik dari awal hingga akhir	2.77	4.49
8	Keakuratan penanganan atau pengadministrasian catatan/dokumen (misal, pencatatan penggunaan, struk pembayaran)	2.44	4.58
9	Pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan	2.56	4.61
10	Kesediaan karyawan dalam memberikan layanan yang cepat	2.85	4.32
11	Kesediaan karyawan dalam Membantu kesulitan pelanggan dengan cepat	3.02	4.41
12	Keluangan waktu karyawan untuk menanggapi permintaan konsumen dengan cepat	3.06	4.27
13	Tingkat pendidikan dan kecakapan karyawan	3.32	3.99
14	Kompetensi (kemampuan) dalam bidang pelayanan yang diberikan.	3.34	4.01
15	Kedisiplinan karyawan dalam memberikan layanan	3.43	3.98
Jumlah		46.40	61.46
Rata-rata		3.09	4.10

Sumber : data di olah

Perhitungan untuk masing-masing item pernyataan di gambarkan pada diagram kartesius dibawah ini :

Gambar 4.1 Diagram Kartesius 15 item/instrumen



Pada Gambar diagram kartesius diatas dapat dilihat posisi masing-masing item yang dianggap penting maupun item-item yang dianggap tidak penting oleh pelanggan PT. PLN (Persero) Ranting Way Jeparadalam kuadrannya masingmasing.

Interpretasi dari *Importance and Performance Analysis* itu dapat dilihat sebagai berikut:

1. Kuadran A (Prioritas Utama)

Kuadran A menunjukkan faktor-faktor atau item-item yang dianggap penting oleh pelanggan, namun pihak manajemen PT. PLN (Persero) Ranting Way Jeparabelum dapat melaksanakannya sesuai dengan keinginan pelanggan. Oleh karena itu penanganannya perlu untuk diprioritaskan dan ditingkatkan agar dapat masuk ke dalam kuadran B. item-item yang masuk dalam kuadran ini adalah:

- a. Mendengarkan secara aktif pesan yang disampaikan pelanggan (item no. 4)
- b. Menempatkan diri dalam posisi pelanggan (item no. 5)
- c. Respon yang tepat terhadap keluhan pelanggan (item no. 6)
- d. Menyediakan jasa pelayanan dengan baik dari awal hingga akhir (item no. 7)
- e. Keakuratan penanganan atau pengadministrasian catatan/dokumen, misal, pencatatan penggunaan, struk pembayaran (item no. 8)
- f. Pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan (item no. 9)
- g. Ketersediaan karyawan dalam memberikan layanan yang cepat (item no. 10)
- h. Ketersediaan karyawan dalam Membantu kesulitan pelanggan dengan cepat (item no. 11)
- i. Kelengkapan waktu karyawan untuk menanggapi permintaan konsumen dengan cepat (item no. 12)

2. **Kuadran B (Pertahankan Prestasi)**

Kuadran B menunjukkan item yang dianggap penting oleh pelanggan dan telah dilaksanakan dengan baik oleh pihak manajemen PT. PLN (Persero) Ranting Way Jepara, dari diagram kartesius diatas tidak ada satupun item yang masuk pada kuadran ini, hal ini mengindikasikan item-item kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. PLN (Persero) Ranting Way Jepara tidak satupun yang dapat memuaskan pelanggan. Oleh karena itu, manajemen PT. PLN (Persero) Ranting Way Jepara harus bekerja dengan keras untuk meningkatkan kualitas pelayanannya agar pelanggan terpuaskan.

3. **Kuadran C (Prioritas Rendah)**

Kuadran ini adalah kuadran yang berisi item-item yang memiliki kinerja harapan yang rendah. Senada dengan kuadran B (Pertahankan Prestasi), dari diagram kartesius diatas tidak ada satupun item yang masuk pada kuadran ini, hal ini mengindikasikan tidak ada satupun item yang harapannya rendah, demikian juga kinerja yang diberikan oleh PT. PLN. (Persero) Ranting Way Jepara tidak ada satupun yang buruk sekali.

4. **Kuadran D (Berlebihan)**

Kuadran D ini menunjukkan item-item yang dirasa kurang penting oleh pelanggan, tetapi kinerjanya dilakukan dengan baik sehingga pelanggan menilai kinerja tersebut dirasakan berlebihan, sehingga manajemen PT. PLN (Persero) Ranting Way Jepara tidak perlu memprioritaskan item-item tersebut tetapi memindahkan prioritas dan fokus pada item-item yang dipentingkan oleh pelanggan tetapi kinerjanya belum memuaskan pelanggan. Item-item yang berada pada kuadran ini adalah :

- a. Kelayakan kantor PT. PLN. (Persero) ranting Way Jepara (item no. 1)
- b. Perlengkapan yang memadai bagi PT. PLN. (Persero) ranting Way Jepara (item no. 2)
- c. Kemutakhiran (kemodernan) peralatan PT. PLN. (Persero) (item no.3)
- d. Tingkat pendidikan dan kecakapan karyawan (item no. 13)
- e. Kompetensi (kemampuan) dalam bidang pelayanan yang diberikan. (item no. 14)
- f. Kedisiplinan karyawan dalam memberikan layanan (item no. 15)

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Kesimpulan

1. Berdasarkan *Customer Satisfaction Index (CSI)*, diketahui bahwa nilai *CSI* adalah sebesar 61 %, yaitu berada pada *range* 0,51-0,65. Dengan demikian keseluruhan item kualitas pelayanan dapat dikatakan cukup memuaskan 93 pelanggan industri yang ada pada PT. PLN. (Persero) Ranting Way Jepara.
2. Berdasarkan hasil dari *Importance Performance Analysis* dapat disimpulkan sebagai berikut:
Kuadran A (Prioritas Utama). Merupakan kuadran yang memiliki item-item yang dianggap penting oleh pelanggan tetapi kinerja yang diberikan oleh PT. PLN (Persero) Ranting Way Jepara kurang memuaskan mereka. Adapun item-item yang masuk kuadran ini adalah:
 - a. Mendengarkan secara aktif pesan yang disampaikan pelanggan (item no. 4),
 - b. Menempatkan diri dalam posisi pelanggan (item no. 5),
 - c. Respon yang tepat terhadap keluhan pelanggan (item no. 6),
 - d. Menyediakan jasa pelayanan dengan baik dari awal hingga akhir (item no. 7),
 - e. Keakuratan penanganan atau pengadministrasian catatan/ dokumen, misal, pencatatan penggunaan, struk pembayaran (item no. 8),
 - f. Pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan (item no. 9),

- g. Kesiediaan karyawan dalam memberikan layanan yang cepat (item no. 10),
- h. Kesiediaan karyawan dalam Membantu kesulitan pelanggan dengan cepat (item no. 11),
- i. Keluasan waktu karyawan untuk menanggapi permintaan konsumen dengan cepat (item no. 12).

Kuadran B (Pertahankan Prestasi) seharusnya menjadi kuadran yang ideal, karena pada kuadran inilah antara harapan dan kinerjanya berimbang antara harapan pelanggan tinggi dan kinerja juga tinggi, tetapi tidak ada satupun item yang masuk pada kuadran ini. Artinya belum ada/terjadi keselarasan antara harapan dan kenyataan yang diterima pelanggan

Kuadran C (Prioritas Rendah) senada dengan kuadran B, tidak ada satupun item yang masuk pada kuadran ini.

Kuadran D (Berlebihan) merupakan kuadran yang memiliki harapan yang rendah oleh pelanggan tetapi kinerja yang diberikan dianggap berlebihan. Terdapat enam item yaitu,

- a. Kelayakan kantor PT. PLN. (Persero) ranting Way Jepara (item no. 1),
- b. Perlengkapan yang memadai bagi PT. PLN. (Persero) ranting Way Jepara (item no. 2),
- c. Kemutakhiran (kemodernan) peralatan PT. PLN. (Persero) (item no.3),
- d. Tingkat pendidikan dan kecakapan karyawan (item no. 13),
- e. Kompetensi (kemampuan) dalam bidang pelayanan yang diberikan. (item no. 14),
- f. Kedisiplinan karyawan dalam memberikan layanan (item no. 15).

Implikasi

1. PT. PLN. (Persero) Ranting Way Jepara harus meningkatkan kualitas pelayanan pada item-item yang masuk pada kuadran A, yaitu :
 - a. Mendengarkan secara aktif pesan yang disampaikan pelanggan (item no. 4), dengan cara membuat kotak saran dan membentuk biro khusus menangani keluhan pelanggan.
 - b. Menempatkan diri dalam posisi pelanggan (item no. 5), yang harus dilakukan untuk menumbuhkan empati adalah melalui pencerahan kerohanian.
 - c. Respon yang tepat terhadap keluhan pelanggan (item no. 6), dengan cara membuat Call Center khusus pengaduan dan keluhan pelanggan sehingga keluhan pelanggan dapat direspon dengan cepat.
 - d. Menyediakan jasa pelayanan dengan baik dari awal hingga akhir (item no. 7), dengan cara bekerja sama dengan pihak ketiga atas dasar saling menguntungkan seperti kerja sama dengan perbankan maupun dengan vendor-vendor penyedia berbagai jasa layanan.
 - e. Keakuratan penanganan atau administrasi catatan/dokumen, misal, pencatatan penggunaan, struk pembayaran (item no. 8), dengan cara mengkonversi listrik pasca bayar dengan yang pra bayar atau dengan pemberdayaan masyarakat dengan menunjuk satu orang per dusun untuk mengontrol penggunaan meteran.
 - f. Pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan (item no. 9), misal daya yang tidak sesuai dengan yang dijanjikan, maka yang harus dilakukan adalah membuat gardu-gardu baru agar arus listrik tidak banyak yang terbuang karna panjangnya jarak antar gardu.
 - g. Kesiediaan karyawan dalam memberikan layanan yang cepat (item no. 10), dengan cara memberikan motivasi kepada para karyawan baik motivasi positif maupun negatif agar mereka dengan senang hati maupun dengan terpaksa bersedia memberikan pelayanan yang cepat kepada pelanggan.

- h. Ketersediaan karyawan dalam Membantu kesulitan pelanggan dengan cepat (item no. 11), dengan cara menambah tenaga kerja non karyawan untuk menangani berbagai pekerjaan di luar jam kerja karyawan.
 - i. Kelangkaan waktu karyawan untuk menanggapi permintaan konsumen dengan cepat (item no. 12) dengan cara buat biro khusus dan tim khusus untuk menanggapi permintaan konsumen dengan cepat. Sembilan item tersebut berasal dari dimensi *Empathy, Reliability dan responsiveness*, karena item-item tersebut sangat dipentingkan oleh pelanggan tetapi kinerja yang diberikan dianggap sangat rendah oleh pelanggan, sehingga nantinya item-item dari dimensi tersebut dapat masuk pada kuadran B.
2. PT. PLN. (Persero) Ranting Way Jepara hendaknya mengalihkan konsentrasi pelayanannya dari item-item yang masuk pada kuadran D, yaitu :
- a. Kelayakan kantor PT. PLN. (Persero) ranting Way Jepara (item no. 1), dengan cara mengurangi anggaran gedung untuk kegiatan yang dapat berdampak signifikan pada item-item yang masuk kuadran A.
 - b. Perlengkapan yang memadai bagi PT. PLN. (Persero) ranting Way Jepara (item no. 2), Senada dengan kelayakan kantor, perlengkapan dianggap pelanggan sudah memadai. Jadi yang harus dilakukan mengalihkan fokus sumber daya untuk item-item yang dianggap penting yang masuk pada kuadran A
 - c. Kemutakhiran (kemodernan) peralatan PT. PLN. (Persero) (item no.3), juga sudah dianggap memadai sehingga perlunya kajian kepuasan pelanggan melalui item-item yang sifatnya *intangible*.
 - d. Tingkat pendidikan dan kecakapan karyawan (item no. 13), item ini kinerjanya dianggap berlebihan oleh pelanggan, karena mereka menganggap item ini tidak menyentuh/ bersinggungan secara dengan pelanggan.
 - e. Kompetensi (kemampuan) dalam bidang pelayanan yang diberikan. (item no. 14), fokus sumber daya untuk item ini perlu digeser ke item-item yang masuk pada kuadran A.
 - f. Kedisiplinan karyawan dalam memberikan layanan (item no. 15), memberikan pemahaman disiplin kepada karyawan dan tenaga *outsourcing* bahwa jam kerja PLN adalah 24 jam. Keenam item tersebut berasal dari dimensi *Tangible dan Assurance*.
3. Meningkatkan kemampuan sumber daya manusia (SDM) khususnya tenaga *outsourcing* yang ada melalui berbagai pendidikan formal maupun informal seperti memberikan beasiswa untuk melanjutkan ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi atau dengan memberikan berbagai pelatihan yang dapat meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan karena tenaga *outsourcing* tersebut yang hampir tiap hari bersinggungan secara langsung dengan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Asep, 2005, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta
- Dharmamesta, Swasta Basu dan Irawan, 2001, *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta
- Kotler Philip, 1997, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Erlangga, Jakarta.
- Kotler Philip, 2003, *Marketing Management*, Erlangga, Jakarta.
- Kotler Philip dan Keller L. Kevin, 2008, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Jilid 1 dan 2, Erlangga, Jakarta
- Lupiyoadi, R. 2001, *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat, Jakarta
- Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, dan Leonard L. Berry, artikel *Journal of Marketing*
- Sugiyono, 2009, *Metode Penelitian Administrasi*, Alfabeta. Bandung
- Sutrisni Hadi, 1981, *Metode Penelitian*, Salemba Empat, Jakarta
- Tjiptono Fandi dan Chandra Gregorius, 2005, *Manajemen Kualitas Jasa*. Andi. Yogyakarta