



Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pelanggan Premium PT. PLN (Persero) UP3 (Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan) Padang

Irsyad Dunnas¹, Hosra Afrizoni²

¹ Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Ekasakti, Padang, Indonesia

Email: ichaddunnas@gmail.com

² Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Ekasakti, Padang, Indonesia

Corresponding Author: Irsyad Dunnas

Abstract: *This study aims to analyze and determine the Effect of Service Quality Dimensions on Customer Satisfaction of Premium Customers of PT. PLN (Persero) UP3 (Customer Service Implementation Unit) Padang. The type of data is qualitative data which is used as quantitative data with primary data sources. Methods of data analysis in this study using descriptive analysis, multiple linear regression analysis, coefficient of determination, hypothesis testing t-test, and F test. The results of this study indicate that: 1. Reliability partially has a positive and significant effect on customer satisfaction on Premium Customers of PT. PLN (Persero) UP3 (Customer Service Implementation Unit) Padang. 2. Responsiveness partially has a positive and significant effect on customer satisfaction on Premium Customers of PT. PLN (Persero) UP3 (Customer Service Implementation Unit) Padang. 3. Assurance partially has a positive and significant effect on customer satisfaction on Premium Customers of PT. PLN (Persero) UP3 (Customer Service Implementation Unit) Padang. 4. Empathy partially has a positive and significant effect on customer satisfaction on Premium Customers of PT. PLN (Persero) UP3 (Customer Service Implementation Unit) Padang. 5. Physical evidence partially has a positive and significant effect on customer satisfaction at Premium Customers of PT. PLN (Persero) UP3 (Customer Service Implementation Unit) Padang. 6. Reliability (X1), responsiveness (X2), assurance (X3), empathy (X4) and tangibles (X5) simultaneously have a positive and significant effect on customer satisfaction on Premium Customers of PT. PLN (Persero) UP3 (Customer Service Implementation Unit) Padang.*

Keywords: *Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Service Implementation Unit.*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa dan mengetahui Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan Premium PT. PLN (Persero) UP3 (Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan) Padang. Jenis data adalah data kualitatif yang dijadikan data kuantitatif dengan sumber data primer. Metode analisis data

dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi, dan pengujian hipotesis uji t dan uji F. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1. Reliabilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Pada Pelanggan Premium PT. PLN (Persero) UP3 (Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan) Padang. 2. Daya tanggap secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Pada Pelanggan Premium PT. PLN (Persero) UP3 (Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan) Padang. 3. Jaminan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Pada Pelanggan Premium PT. PLN (Persero) UP3 (Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan) Padang. 4. Empati secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Pada Pelanggan Premium PT. PLN (Persero) UP3 (Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan) Padang. 5. Bukti fisik secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Pada Pelanggan Premium PT. PLN (Persero) UP3 (Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan) Padang. 6. Reliabilitas (X_1), daya tanggap (X_2), jaminan (X_3), empati (X_4) dan bukti fisik (X_5) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Pada Pelanggan Premium PT. PLN (Persero) UP3 (Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan) Padang.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan.

PENDAHULUAN

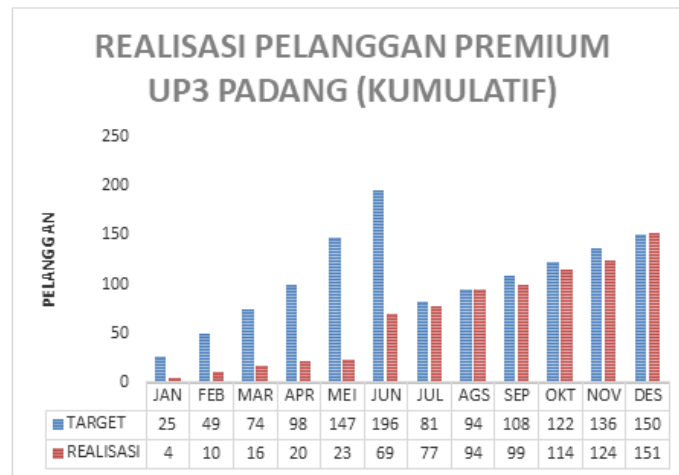
Era globalisasi sekarang ini, menuntut Badan Usaha Milik Negara (BUMN) untuk meningkatkan pelayanan secara profesional sesuai dengan bidangnya masing-masing. Perubahan teknologi dan arus informasi yang sangat cepat telah mendorong perusahaan untuk menghasilkan produk atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, sehingga pelanggan merasa puas dengan apa yang telah mereka dapatkan dari perusahaan. Banyak cara yang dapat dilakukan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, salah satunya yaitu dengan memberikan kesan/citra yang baik dalam hal produk maupun pelayanan kepada pelanggan.

Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang ada di Indonesia sangat berpengaruh dalam perkembangan dunia usaha dan masyarakat dalam menjalankan usahanya, karena kebanyakan dari perusahaan milik pemerintah tersebut telah memonopoli beberapa bidang usaha yang mengatur kehidupan dan kebutuhan hidup masyarakat banyak. BUMN harus dapat memberikan keputusan kepada masyarakat selaku pelanggan dan memberikan citra yang baik dimata masyarakat dengan cara memberikan pelayanan yang berkualitas. Melihat keadaan tersebut, pemerintah berupaya agar BUMN berusaha dapat memperbaiki keadaan dengan memberikan pelayanan yang terbaik kepada masyarakat. Dengan pelayanan yang baik, diharapkan masyarakat akan merasa dihargai dan tidak merasa diabaikan haknya dan akhirnya masyarakat sebagai pengguna dan pelanggan dari jasa ditawarkan oleh perusahaan milik pemerintah tersebut akan merasa puas.

PT. PLN (Persero) sebagai perusahaan BUMN di Indonesia yang bertugas menyuplai serta mengatur pasokan listrik. Perusahaan ini pun merupakan satu-satunya perusahaan milik pemerintah yang melayani jasa kelistrikan, oleh sebab itu 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 perumahan, gedung, perkantoran, serta industri-industri. Setiap tahunnya kebutuhan akan listrik di Indonesia terus meningkat, sebagai akibat dari peningkatan kualitas kesejahteraan masyarakat diiringi juga oleh perkembangan industri di Indonesia. Salah satu cabang PLN ada di Kota Padang yang selanjutnya disebut PLN UP3 Padang.

Sebagai perusahaan BUMN dengan hak monopoli terhadap penjualan listrik di Indonesia sudah sepatutnya memiliki kinerja karyawan yang sangat baik agar pelanggan yang menggunakan jasa PLN merasakan kepuasan dalam menggunakan jasa listrik sehingga berdampak pada pertumbuhan penjualan. Terlebih lagi PLN memiliki pelanggan premium yang membutuhkan pasokan listrik tanpa putus. Pelanggan premium merupakan pelanggan yang berhak untuk menggunakan listrik tanpa adanya gangguan dari pihak PLN apapun alasannya. Jika pelanggan mengalami gangguan atau kemungkinan terburuk aliran listrik terputus maka pihak PLN harus memberikan ganti rugi terhadap kerugian yang dialami oleh pelanggan terkait. Berikut adalah perkembangan pelanggan premium PLN UP3 Padang dalam tahun 2019 dari bulan Januari hingga Desember.



Sumber : PLN UP3 Padang (2020).

Gambar 1. Realisasi Pelanggan Premium UP3 Padang

Gambar diatas menjelaskan bahwa ada target perusahaan yang harus dipenuhi oleh karyawan setiap bulannya. Pada bulan Januari – Juni 2019 target penjualan pelanggan premium tidak terpenuhi, melainkan masih jauh dari target. Hal ini dikarena yang bekerja untuk mencari pelanggan premium hanya marketing PLN yang belum memiliki otoritas untuk tidak mematikan aliran listrik saat pemasangan peningkatan daya. Jika pelanggan menjadi pelanggan premium dan apabila ada pekerjaan pemeliharaan jaringan listrik maka pihak PLN akan melakukan pemadaman untuk sementara waktu sehingga pelanggan premium akan merasa terganggu karena listrik yang dipadamkan. Namun pada bulan Juli pimpinan menurunkan target penjualan yang harus dicapai oleh karyawan dan memberikan perintah kepada tim PDKB-TM (Pekerjaan Dalam Keadaan Bertegangan-Tegangan Menengah) untuk membantu tim marketing PLN dalam mencapai target pelanggan premium. Tim PDKB-TM telah memiliki otoritas untuk tidak mematikan aliran listrik saat pemasangan peningkatan daya. Hasilnya target pelanggan premium pun meningkat secara perlahan hingga akhir tahun. Mulai dari bulan Juli inilah target yang ditentukan perusahaan perlahan – lahan

mulai bisa dicapai oleh karyawan. Hingga pada akhir tahun target penjualan melebihi target yang ditentukan perusahaan. Selain itu pelanggan premium juga diberikan keistimewaan untuk memiliki grup whatsapp yang mana memudahkan pelanggan premium untuk melaporkan keluhan kepada supervisor teknis atas gangguan yang terjadi selama pemakaian listrik mereka tanpa harus menelpon layanan PLN di nomor 123.

Kepuasan pelanggan adalah kesesuaian antara kinerja produk atau jasa dengan harapan pelanggan tersebut (Tjiptono, 2014:81). Harapan pelanggan diyakini mempunyai peran yang besar dalam menentukan suatu kepuasan. Oleh karena itu perusahaan haruslah proaktif dan juga peka dalam membaca situasi keinginan atau kebutuhan dari pelanggan yang sangatlah beragam dan cepat berubah dimasa globalisasi seperti sekarang ini. Dengan naiknya tingkat kepuasan akan meningkat pula kecenderungan pelanggan untuk kembali membeli produk yang ditawarkan perusahaan. Untuk itulah perusahaan harus dapat memberikan kepuasan kepada pelanggannya agar pelanggannya mau kembali untuk menggunakan produk yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut. Jika pelanggan telah merasa terpuaskan, maka akan terciptalah sebuah hubungan kerjasama yang baik antara pelanggan dengan pihak perusahaan. Dengan demikian akan sangat menguntungkan bagi perusahaan tersebut selain adanya hubungan kerjasama yang baik, pelanggan bisa menjadi promotor produk perusahaan.

Sesuai dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Putri Oktaviani 2018 dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Layanan Pos Express PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Kediri Kota yang mendapatkan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Tony Nawawi 2018 dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Bank BNI 46 Kantor Cabang Pembantu di Universitas Tarumanagara Jakarta yang mendapatkan hasil kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian diatas, penulis akan melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan Premium PT. PLN (Persero) UP3 (Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan) Padang”.

Rumusan masalah penting untuk menjadi penentu langkah selanjutnya dalam sebuah penelitian. Berdasarkan latar belakang permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah Reliabilitas secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan Premium PT. PLN (Persero) UP3 (Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan) Padang ?
2. Apakah Daya Tanggap secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan Premium PT. PLN (Persero) UP3 (Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan) Padang ?
3. Apakah Jaminan secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan Premium PT. PLN (Persero) UP3 (Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan) Padang ?
4. Apakah Empati secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan Premium PT. PLN (Persero) UP3 (Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan) Padang ?

- 5. Apakah Bukti Fisik secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan Premium PT. PLN (Persero) UP3 (Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan) Padang ?
- 6. Apakah Reliabilitas, Daya Tanggap, Jaminan, Empati dan Bukti Fisik secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan Premium PT. PLN (Persero) UP3 (Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan) Padang ?

METODE PENELITIAN

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menggunakan riset lapangan dan riset pustaka. Teknik Pengumpulan Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumentasi, wawancara dan kuisioner. Jenis data adalah data kuantitatif dengan sumber data primer. Populasi penelitian ini adalah pelanggan premium PT. PLN UP3 (Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan) Padang sebanyak 151 pelanggan dengan pengambilan sampel secara *probability sampling* maka didapatkan sampel sebanyak 60 pelanggan. Uji instrumen penelitian yang digunakan ada 2 (dua) yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Uji Asumsi Klasik yang digunakan ada 3 (tiga) yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Metode Analisis Data yang digunakan adalah analisis deskriptif statistik, analisa regresi linear berganda dan koefisien determinasi. Metode Pengujian Hipotesis diuji dengan 2 cara yaitu uji t (parsial) dan uji F (simultan).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian”

1. Deskripsi Responden

Tabel 1. Deskripsi Responden Berdasarkan Daya Listrik

		Daya_Listrik			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.200	19	31.7	31.7	31.7
	3.500	3	5.0	5.0	36.7
	6.600	2	3.3	3.3	40.0
	10.600	2	3.3	3.3	43.3
	13.200	1	1.7	1.7	45.0
	16.500	2	3.3	3.3	48.3
	20.000	1	1.7	1.7	50.0
	23.000	1	1.7	1.7	51.7
	33.000	2	3.3	3.3	55.0
	53.000	4	6.7	6.7	61.7
	66.000	5	8.3	8.3	70.0
	82.500	2	3.3	3.3	73.3
	105.000	2	3.3	3.3	76.6
	131.000	3	5.0	5.0	81.6
	147.000	1	1.7	1.7	83.3
	197.000	7	11.7	11.7	95.0
	345.000	1	1.7	1.7	96.7
	865.000	1	1.7	1.7	98.3
	1.600.000	1	1.7	1.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Olah Data.

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa pelanggan terbanyak memiliki daya listrik sebesar 2.200 watt sebanyak 19 orang atau 31.7%. Hal ini dikarenakan mayoritas pelanggan menggunakan daya listrik untuk usaha rumahan mereka yang tidak membutuhkan listrik terlalu besar namun listrik harus selalu menyala.

Tabel 2. Deskripsi Responden Berdasarkan Unit Layanan Pelanggan

Unit_Layanan_Pelanggan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Belanti	14	23.3	23.3	23.3
	Indarung	13	21.7	21.7	45.0
	Kuranji	10	16.7	16.7	61.7
	Lubuk Alung	5	8.3	8.3	70.0
	Painan	7	11.7	11.7	81.7
	Pariaman	4	6.6	6.6	88.3
	Tabing	7	11.7	11.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Olah Data.

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa pelanggan rata – rata berasal dari Padang yaitu ULP Belanti sebanyak 14 orang atau 23.3%, ULP Indarung sebanyak 13 orang atau 21.7%, ULP Kuranji sebanyak 10 orang atau 16.7% dan ULP Tabing sebanyak 7 orang atau 11.7%. Hal ini disebabkan karena objek penelitian merupakan PLN UP3 Padang yang menjangkau seluruh lapisan masyarakat di Kota Padang dan juga tersebar hingga keluar kota yang berdekatan dengan Kota Padang.

2. Analisa Deskriptif

Analisa deskriptif digunakan untuk mengetahui nilai pada setiap item pertanyaan setiap variabel, deskripsi variabel dengan penjabarannya adalah sebagai berikut :

Tabel 3. Analisis Deksriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
RELIABILITAS	60	12.00	25.00	21.8000	2.37073
DAYA_TANGGAP	60	13.00	25.00	21.4833	2.58740
JAMINAN	60	13.00	25.00	21.6667	2.74119
EMPATI	60	15.00	25.00	21.8333	2.63720
BUKTI_FISIK	60	14.00	25.00	21.2500	2.54202
KEPUASAN_PELANGGAN	60	75.00	125.00	108.9833	10.27997
Valid N (listwise)	60				

Sumber : Hasil Olah Data.

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai rata – rata tertinggi pada variabel kepuasan pelanggan dan nilai rata – rata terendah pada variabel bukti fisik.

3. Deskripsi Variabel

- a. Pada variabel kualitas pelayanan didapatkan tingkat capaian responden rata – rata adalah 86% yang berarti sangat baik.
- b. Pada variabel kepuasan pelanggan didapatkan tingkat capaian responden rata – rata adalah 87% yang berarti sangat baik.

4. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Jika angka korelasi yang didapat lebih besar dari padaangka kritik ($r_{hitung} > r_{tabel}$) maka instrumen tersebut dinyatakan valid. Dalam penelitian ini angka kritik adalah $N = 60$ maka angka kritik untuk uji coba validitas dalam penelitian ini adalah 0,2542.

1) Uji Validitas Reliabilitas (X_1)

Hasil uji validitas variabel reliabilitas (X_1) dinyatakan valid dikarenakan seluruh nilai Correlation berada diatas nilai r tabel (0,2542), dan seluruh item pernyataan dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

2) Uji Validitas Daya Tanggap (X_2)

Hasil uji validitas variabel daya tanggap (X_2) dinyatakan valid dikarenakan seluruh nilai Correlation berada diatas nilai r tabel (0,2542), dan seluruh item pernyataan dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

3) Uji Validitas Jaminan (X_3)

Hasil uji validitas variabel jaminan (X_3) dinyatakan valid dikarenakan seluruh nilai Correlation berada diatas nilai r tabel (0,2542), dan seluruh item pernyataan dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

4) Uji Validitas Empati (X_4)

Hasil uji validitas variabel empati (X_4) dinyatakan valid dikarenakan seluruh nilai Correlation berada diatas nilai r tabel (0,2542), dan seluruh item pernyataan dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

5) Uji Validitas Bukti Fisik (X_5)

Hasil uji validitas variabel bukti fisik (X_5) dinyatakan valid dikarenakan seluruh nilai Correlation berada diatas nilai r tabel (0,2542), dan seluruh item pernyataan dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

6) Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Hasil uji validitas variabel kepuasan pelanggan (Y) dinyatakan valid dikarenakan seluruh nilai Correlation berada diatas nilai r tabel (0,2542), dan seluruh item pernyataan dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

b. Uji Reliabilitas

Imam Ghazali (2016:16) mendefinisikan reliabilitas sebagai suatu instrumen yang cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Secara umum suatu instrumen dikatakan reliabel jika memiliki koefisien *Cronbach's Alpha* $> 0,25$. Hasil uji reliabilitas seluruh variabel penelitian dinyatakan reliabel, dimana hasil perhitungan uji reliabilitas yang masing-masing variabelnya menunjukkan *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,25. Hal ini berarti keseluruhan variabel dapat digunakan untuk pengolahan data lebih lanjut.

5. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas yakni jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, nilai ini diambil pada hasil uji normalitas didapatkan nilai residual sebesar 0,2 lebih besar dari 0,05 dari nilai sampel sebesar 60 yang berarti data yang sedang diuji berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dapat dilihat dari *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai VIF > 10 maka terjadi multikolinearitas. Sebaliknya apabila

VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa semua variabel telah lolos dari uji multikolinearitas dikarenakan nilai VIF lebih kecil dari 10, yang berarti data yang digunakan tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas diuji dengan menggunakan uji koefisien korelasi Rank Spearman yaitu mengkorelasikan antara absolut residual hasil regresi dengan semua variabel bebas. Bila sig. Yang diperoleh lebih kecil dari 0,05 (5%) maka persamaan regresi tersebut mengandung heteroskedastisitas dan sebaliknya berarti non heteroskedastisitas atau homoskedastisitas. Hasil uji heroskedastisitas dapat diketahui bahwa seluruh variabel yang memenuhi syarat uji heteroskedastisitas yang memiliki nilai sig besar dari 0,05 yang artinya tidak terjadi heteroskedastisitas.

6. Analisa Kualitatif

a. Analisa Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah pengaruh secara linear antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen. Analisis ini untuk mengetahui arah pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berpengaruh positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Persamaan regresi linear berganda yang dihasilkan dari pengolahan data diadopsi dari tabel *coefficients* yang disajikan pada table berikut ini.

Tabel 4. Coefficients

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	40.929	10.219		5.705	.000
	RELIABILITAS	.747	.658	.172	2.194	.002
	DAYA_TANGGAP	.724	.924	.182	2.113	.007
	JAMINAN	1.251	.733	.334	2.318	.004
	EMPATI	.801	.820	.206	2.977	.003
	BUKTI_FISIK	1.070	.614	.265	2.742	.007

a. Dependent Variable: KEPUASAN_PELANGGAN

Sumber : Hasil Olah Data.

Dari tabel di atas dapat ditarik persamaan regresinya sebagai berikut :

Y = 40.929 + 0,747 X₁ + 0,724 X₂ + 1,251 X₃ + 0,801 X₄ + 1,070 X₅

- 1) Konstanta sebesar 40,929 secara matematis menyatakan bahwa jika nilai reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik sama dengan nol maka nilai kepuasan pelanggan adalah sebesar 40,929. Dengan kata lain nilai kepuasan pelanggan tanpa reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik adalah sebesar 40,929.
- 2) Nilai koefisien regresi variabel reliabilitas sebesar 0,747, koefesien bernilai positif artinya antara variabel reliabilitas dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif. Hal ini berarti bahwa jika terjadi peningkatan variabel reliabilitas sebesar satu satuan maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,747. Kenaikan variabel reliabilitas berakibat kenaikan pada variabel kepuasan pelanggan.
- 3) Nilai koefisien regresi variabel daya tanggap sebesar 0,724, koefesien bernilai positif artinya antara variabel daya tanggap dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif.

Hal ini berarti bahwa jika terjadi peningkatan variabel daya tanggap sebesar satu satuan maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,724. Kenaikan variabel daya tanggap berakibat kenaikan pada variabel kepuasan pelanggan.

- 4) Nilai koefisien regresi variabel jaminan sebesar 1,251, koefisien bernilai positif artinya antara variabel jaminan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif. Hal ini berarti bahwa jika terjadi peningkatan variabel jaminan sebesar satu satuan maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 1,251. Kenaikan variabel jaminan berakibat kenaikan pada variabel kepuasan pelanggan.
- 5) Nilai koefisien regresi variabel empati sebesar 0,801, koefisien bernilai positif artinya antara variabel empati dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif. Hal ini berarti bahwa jika terjadi peningkatan variabel empati sebesar satu satuan maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,801. Kenaikan variabel empati berakibat kenaikan pada variabel kepuasan pelanggan.
- 6) Nilai koefisien regresi variabel bukti fisik sebesar 1,070, koefisien bernilai positif artinya antara variabel bukti fisik dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif. Hal ini berarti bahwa jika terjadi peningkatan variabel bukti fisik sebesar satu satuan maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 1,070. Kenaikan variabel bukti fisik berakibat kenaikan pada variabel kepuasan pelanggan.

b. Analisa Determinasi

Analisa koefisien determinasi dalam regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen yang terdiri dari reliabilitas (X1), daya tanggap (X2), jaminan (X3), empati (X4) dan bukti fisik (X5) secara simultan terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan (Y).

Tabel 5. Koefisien Determinasi

Model Summary ^a				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.700 ^a	.489	.442	7.67806
a. Predictors: (Constant), BUKTI_FISIK, RELIABILITAS, EMPATI, JAMINAN, DAYA_TANGGAP				
b. Dependent Variable: KEPUASAN_PELANGGAN				

Sumber : Hasil Olah Data.

Berdasarkan tabel diatas diperoleh angka *Adjusted R Square* sebesar 0,442 atau 44.2%, hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan variabel independen reliabilitas (X1), daya tanggap (X2), jaminan (X3), empati (X4) dan bukti fisik (X5) terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,442 atau 44.2%. Sumbangan variabel X memberikan penjelasan yang cukup terhadap variabel Y. Sedangkan sisanya sebesar 55.8% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

7. Pengujian Hipotesis

a. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji apakah terdapat pengaruh yang signifikan secara individual dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil uji t dari penelitian ini dapat disajikan pada tabel berikut ini.

Tabel 6. Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
		1	(Constant)	40.929		
	RELIABILITAS	.747	.658	.172	2.194	.002
	DAYA_TANGGAP	.724	.924	.182	2.113	.007
	JAMINAN	1.251	.733	.334	2.318	.004
	EMPATI	.801	.820	.206	2.977	.003
	BUKTI_FISIK	1.070	.614	.265	2.742	.007

a. Dependent Variable: KEPUASAN_PELANGGAN

Sumber : Hasil Olah Data.

Dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$) dan t tabel pada signifikansi 0,05 uji dua arah dengan derajat kebebasan $df\ n-k-1 = 60-5-1 = 54$ (n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel bebas) dengan nilai t tabel sebesar 2.00488 (lihat lampiran tabel). Hasil uji t dapat dilihat pada output SPSS dari tabel di atas diketahui sebagai berikut :

- 1) Nilai t hitung dari variabel reliabilitas adalah sebesar 2.194 yang nilainya lebih besar dari nilai t tabel sebesar 2.00488. Sehingga $t\ hitung > t\ tabel$ dan nilai sig perhitungan yang diperoleh adalah $0.002 < 0.05$ jadi H_0 ditolak H_a diterima.
- 2) Nilai t hitung dari variabel daya tanggap adalah sebesar 2.113 yang nilainya lebih besar dari nilai t tabel sebesar 2.00488. Sehingga $t\ hitung > t\ tabel$ dan nilai sig perhitungan yang diperoleh adalah $0.007 < 0.05$ jadi H_0 ditolak H_a diterima.
- 3) Nilai t hitung dari variabel jaminan adalah sebesar 2.318 yang nilainya lebih besar dari nilai t tabel sebesar 2.00488. Sehingga $t\ hitung > t\ tabel$ dan nilai sig perhitungan yang diperoleh adalah $0.004 < 0.05$ jadi H_0 ditolak H_a diterima.
- 4) Nilai t hitung dari variabel empati adalah sebesar 2.977 yang nilainya lebih besar dari nilai t tabel sebesar 2.00488. Sehingga $t\ hitung > t\ tabel$ dan nilai sig perhitungan yang diperoleh adalah $0.003 < 0.05$ jadi H_0 ditolak H_a diterima.
- 5) Nilai t hitung dari variabel bukti fisik adalah sebesar 2.742 yang nilainya lebih besar dari nilai t tabel sebesar 2.00488. Sehingga $t\ hitung > t\ tabel$ dan nilai sig perhitungan yang diperoleh adalah $0.007 < 0.05$ jadi H_0 ditolak H_a diterima.

b. Uji F

Uji F dilakukan dengan melihat nilai F hitung dan nilai sig. Tabel ANOVA dari output SPSS. Hasil pengujian disajikan pada table berikut :

Tabel 7. ANOVA

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3051.540	5	610.308	10.353	.000 ^b
	Residual	3183.443	54	58.953		
	Total	6234.983	59			

a. Dependent Variable: KEPUASAN_PELANGGAN
b. Predictors: (Constant), BUKTI_FISIK, RELIABILITAS, EMPATI, JAMINAN, DAYA_TANGGAP

Sumber : Hasil Olah Data.

Dari tabel tersebut diketahui nilai F hitung 10.353 yang lebih besar dari nilai F tabel sebesar 4.00 dan nilai sig yang dihasilkan dari perhitungan adalah 0.000 yang lebih kecil dari α yang digunakan sebesar 0.05 atau 5%. Dengan demikian dapat disimpulkan variabel reliabilitas (X_1), daya tanggap (X_2), jaminan (X_3), empati (X_4) dan bukti fisik (X_5) secara simultan / bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) Pada Pelanggan Premium PT. PLN (Persero) UP3 (Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan) Padang.

Pembahasan

Dari pembahasan hasil penelitian di atas menunjukkan bahwa reliabilitas (X_1), daya tanggap (X_2), jaminan (X_3), empati (X_4) dan bukti fisik (X_5) secara simultan / bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) Pada Pelanggan Premium PT. PLN (Persero) UP3 (Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan) Padang. Rincian pembahasan dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Pengaruh Reliabilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif antara variabel reliabilitas terhadap kepuasan pelanggan Pada Pelanggan Premium PT. PLN (Persero) UP3 (Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan) Padang. Pengaruh reliabilitas terhadap kepuasan pelanggan yang bernilai positif berarti setiap peningkatan reliabilitas akan berdampak pada peningkatan terhadap kepuasan pelanggan Pada Pelanggan Premium PT. PLN (Persero) UP3 (Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan) Padang. Dengan pengaruh positif maka dapat diketahui salah satu cara meningkatkan kepuasan pelanggan adalah dengan meningkatkan reliabilitas perusahaan.

Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Teguh Wicaksono (2017) dengan judul Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Upik Futsal Banjarmasin yang mendapatkan hasil bahwa reliabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Lebih lanjut penelitian oleh Putri Oktaviani (2018) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Layanan Pos Express PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Kediri Kota yang mendapatkan hasil bahwa reliabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Reliabilitas menurut Tjiptono (2014:98) adalah kemampuan perusahaan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Kecermatan petugas dalam melayani, memiliki standar pelayanan yang jelas, kemampuan dan keahlian petugas dalam proses pelayanan. Reliabilitas menunjukkan seberapa jauh penyedia jasa sanggup memberikan pelayanan yang sama seperti yang telah dijanjikan secara akurat dan tepat. Reliabilitas bukan hanya sangat penting untuk jasa yang besar tapi seringkali jasa yang kecil pun menjadi hal yang penting bagi pelanggan. Apabila konsumen merasakan reliabilitas yang diberikan konsumen menurun maka perusahaan akan menerima publikasi yang negatif dan hal itu dapat menyebabkan berkurangnya pelanggan yang menggunakan jasa dikemudian hari.

2. Pengaruh Daya Tanggap Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif antara variabel daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan Pada Pelanggan Premium PT. PLN (Persero) UP3 (Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan) Padang. Pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan yang bernilai positif berarti setiap peningkatan daya tanggap akan berdampak pada peningkatan terhadap kepuasan pelanggan Pada Pelanggan Premium PT. PLN (Persero) UP3 (Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan) Padang. Dengan pengaruh positif maka dapat diketahui salah satu cara meningkatkan kepuasan pelanggan adalah dengan meningkatkan daya tanggap perusahaan.

Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Bayu Eko Putra (2020) dengan judul Analisis Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan

Pelanggan Apotek Kimia Farma Rantau Prapat yang mendapatkan hasil bahwa daya tanggap berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Lebih lanjut penelitian yang dilakukan oleh Siskawati Rahman (2019) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Inovasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. PLN (persero) Area Manado yang mendapatkan hasil bahwa daya tanggap berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Daya tanggap menurut Tjiptono (2014:98) adalah keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap. Daya tanggap menunjukkan kemauan dan komitmen dari penyedia jasa untuk membantu pelanggan dalam memberikan jasa pada waktu yang tepat. Daya tanggap bukan hanya menyangkut dari cepatnya suatu pelayanan diberikan tetapi juga dari kemauan penyedia jasa untuk membantu pelanggan.

3. Pengaruh Jaminan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif antara variabel jaminan terhadap kepuasan pelanggan Pada Pelanggan Premium PT. PLN (Persero) UP3 (Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan) Padang. Pengaruh jaminan terhadap kepuasan pelanggan yang bernilai positif berarti setiap peningkatan jaminan akan berdampak pada peningkatan terhadap kepuasan pelanggan Pada Pelanggan Premium PT. PLN (Persero) UP3 (Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan) Padang. Dengan pengaruh positif maka dapat diketahui salah satu cara meningkatkan kepuasan pelanggan adalah dengan meningkatkan jaminan perusahaan.

Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ichsan Dwi Armanto (2018) dengan judul Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome Triple Play yang mendapatkan hasil bahwa jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Lebih lanjut penelitian yang dilakukan oleh Dewi Sartika (2016) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Travel Fly Wings Luwuk yang mendapatkan hasil bahwa jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Jaminan menurut Tjiptono (2014:98) adalah pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko dan keraguan. Jaminan merupakan perilaku para karyawan yang mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.

4. Pengaruh Empati Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif antara variabel empati terhadap kepuasan pelanggan Pada Pelanggan Premium PT. PLN (Persero) UP3 (Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan) Padang. Pengaruh empati terhadap kepuasan pelanggan yang bernilai positif berarti setiap peningkatan empati akan berdampak pada peningkatan terhadap kepuasan pelanggan Pada Pelanggan Premium PT. PLN (Persero) UP3 (Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan) Padang. Dengan pengaruh positif maka dapat diketahui salah satu cara meningkatkan kepuasan pelanggan adalah dengan meningkatkan empati perusahaan.

Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rachmad Dwi Prasajo (2016) dengan judul Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan AHASS 0797 Kencanasari 1 Surabaya yang mendapatkan hasil bahwa empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Lebih lanjut penelitian yang dilakukan oleh Ida Ayu Inten Surya Utami (2015) dengan judul Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Baruna Sanur yang mendapatkan hasil bahwa empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Empati menurut Tjiptono (2014:98) adalah kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan. Empati berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman. Kemampuan komunikasi para karyawan untuk menjelaskan dengan baik mengenai pelayanan yang disediakan akan memberikan dampak positif bagi kepuasan pelanggan.

5. Pengaruh Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif antara variabel bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan Pada Pelanggan Premium PT. PLN (Persero) UP3 (Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan) Padang. Pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan yang bernilai positif berarti setiap peningkatan bukti fisik akan berdampak pada peningkatan terhadap kepuasan pelanggan Pada Pelanggan Premium PT. PLN (Persero) UP3 (Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan) Padang. Dengan pengaruh positif maka dapat diketahui salah satu cara meningkatkan kepuasan pelanggan adalah dengan meningkatkan bukti fisik perusahaan.

Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ni Made Arie Sulistyawati (2015) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar yang mendapatkan hasil bahwa bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Lebih lanjut penelitian yang dilakukan oleh Sulton Sholehuddin (2020) dengan judul Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Khai Khai Thai Tea Kota Malang) yang mendapatkan hasil bahwa bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Bukti fisik menurut Tjiptono (2014:98) adalah fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi. Bukti langsung yang meliputi penampakan fasilitas, gedung, peralatan dan penampilan dari karyawan perusahaan. Sebuah perusahaan yang mempunyai fasilitas lengkap serta gedung yang memadai akan mempengaruhi evaluasi pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan. Pelanggan akan selalu mencoba untuk menilai suatu pelayanan atau servis jasa sebelum mereka melakukan pembelian.

6. Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif antara variabel reliabilitas (X_1), daya tanggap (X_2), jaminan (X_3), empati (X_4) dan bukti fisik (X_5) secara simultan / bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) Pada Pelanggan Premium PT. PLN (Persero) UP3 (Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan) Padang. Dengan pengaruh positif maka dapat diketahui salah satu cara meningkatkan kepuasan pelanggan adalah dengan meningkatkan dimensi kualitas pelayanan suatu perusahaan.

Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Bayu Eko Putra (2020) dengan judul Analisis Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Apotek Kimia Farma Rantau Prapat yang mendapatkan hasil bahwa dimensi kualitas layanan yang meliputi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Lebih lanjut penelitian yang dilakukan oleh Ichsan Dwi Armanto (2018) dengan judul Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome Triple Play yang mendapatkan hasil bahwa dimensi kualitas layanan yang meliputi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pada dasarnya setiap manusia membutuhkan pelayanan, bahkan dapat dikatakan bahwa pelayanan tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia. Salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan suatu perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Oleh karena itu penting sekali bagi perusahaan untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada pelanggan agar pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Menurut Kotler dan Keller (2016:77) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja atau hasil yang diharapkannya. Kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat diharapkan oleh suatu perusahaan dan merupakan keberhasilan perusahaan dalam melakukan kegiatan pemasaran.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, didapatkan reliabilitas (X_1), daya tanggap (X_2), jaminan (X_3), empati (X_4) dan bukti fisik (X_5) secara simultan / bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) Pada Pelanggan Premium PT. PLN (Persero) UP3 (Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan) Padang, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut : 1. Reliabilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Pada Pelanggan Premium PT. PLN (Persero) UP3 (Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan) Padang. 2. Daya tanggap secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Pada Pelanggan Premium PT. PLN (Persero) UP3 (Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan) Padang. 3. Jaminan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Pada Pelanggan Premium PT. PLN (Persero) UP3 (Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan) Padang. 4. Empati secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Pada Pelanggan Premium PT. PLN (Persero) UP3 (Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan) Padang. 5. Bukti fisik secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Pada Pelanggan Premium PT. PLN (Persero) UP3 (Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan) Padang. 6. Reliabilitas (X_1), daya tanggap (X_2), jaminan (X_3), empati (X_4) dan bukti fisik (X_5) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Pada Pelanggan Premium PT. PLN (Persero) UP3 (Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan) Padang.

REFERENSI

- Abdul Hafid Pratama. 2019. Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Pengiriman Barang. *E- Jurnal Riset Manajemen*. Hal 63 – 78.
- Bayu Eko Putra. 2020. Analisis Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan

- Pelanggan Apotek Kimia Farma Rantauprapat. *Jurnal Ecobisma*. Vol 7 No 2 Hal 95 – 108.
- Dewi Sartika. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Travel Fly Wings Luwuk. *Jurnal EMOR*. Vol 2 No 1 Hal 17 – 32.
- Ichsan Dwi Armanto. 2018. Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome Triple Play. *E-Jurnal Manajemen Unud*. Vol 7 No 3 Hal 1282 – 1309.
- Ida Ayu Inten Surya Utami. 2015. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Baruna Sanur. *E-Jurnal Manajemen Unud*. Vol 4 No 7 Hal 1984 – 2000.
- Kotler, Keller. 2016. *Marketing Management*. 15e, Boston, Person Education.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta:Erlangga.
- Ni Made Arie Sulistyawati. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar. *E-Jurnal Manajemen Unud*. Vol 4 No 8 Hal 2318 – 2332.
- Putri Oktaviani. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Layanan Pos Express PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Kediri Kota. *JIMEK*. Vol 1 No 1 Hal 94 – 110.
- Rachmad Dwi Prasajo. 2016. Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan AHASS 0797 Kencanasari 1 Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol 5 No 8 Hal 1 – 18.
- Siskawati Rahman. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Inovasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. PLN (persero) Area Manado. *JURNAL EMBA*. Vol 7 No 1 Hal 301 – 310.
- Sulton Sholehuddin. 2020. Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Khai Khai Thai Tea Kota Malang). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol 5 No 2 Hal 94 – 106.
- Teguh Wicaksono. 2017. Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Upik Futsal Banjarmasin. *Jurnal Ilmiah Manajemen*. Vol 1 No 2 Hal 40 – 55.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Jakarta:Gramedia Cawang.