

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. PLN UNIT LAYANAN PELANGGAN MATTOANGING DI MAKASSAR

The Influence Of Service Quality On Customer Satisfaction at PT. PLN Mattoanging Customer Service Unit In Makassar

Nurlinda¹⁾, Andi Rifqah Purnama Alam²⁾, Dewi Anggreni³⁾, Nurul Sofiansyah⁴⁾

Email : nurlinda01@gmail.com

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Tri Dharma Nusantara Makassar
JL. Jend. Gatot Subroto Baru, No.54 RT 001/01, Tallo, 90211

Abstract

This research was conducted at PT. PLN Mattoanging Customer Service Unit, located at Jalan Monginsidi No. 2, Makassar City, over a period of two months. The research data was obtained from two sources, primary data and secondary data. Primary data was gathered through questionnaires, observations, and interviews with customers, while secondary data was collected from report documents, relevant regulations, and interview results. The data collection method involved observation techniques to obtain preliminary information, questionnaires to capture respondents' written responses, and literature studies to support the investigation related to customer loyalty. The sample size for this study consisted of 100 respondents. The data analysis method involved descriptive analysis to describe the data obtained from the questionnaires, as well as simple linear regression analysis to estimate the relationship between the independent variable (service quality) and the dependent variable (customer satisfaction). The results of the linear regression data analysis showed that $y = 2.928 + 0.200x$, with a correlation coefficient of 0.765 and a coefficient of determination (r^2) of 0.5863 or 58.63%. From the t-test hypothesis testing, it was found that $t\text{-count} = 12.0221 > t\text{-table} = 1.65993$. Based on these results, it can be concluded that customer satisfaction is significantly and positively influenced by the service quality of PT. PLN Mattoanging Customer Service Unit in Makassar. Thus, the findings of this research are acceptable.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction

Abstrak

Penelitian ini dilakukan di PT. PLN Unit Layanan Pelanggan Mattoanging yang terletak di jalan Monginsidi no.2, Kota Makassar, dilaksanakan selama 2 bulan. Data penelitian diperoleh dari dua sumber, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui kuesioner, observasi, dan wawancara dengan pelanggan, sementara data sekunder diperoleh dari dokumen laporan, peraturan terkait, dan hasil wawancara. Metode pengumpulan data melibatkan teknik observasi untuk mendapatkan informasi awal, kuesioner untuk menangkap tanggapan tertulis responden, dan studi kepustakaan untuk mendukung penyelidikan terkait loyalitas konsumen. Sampel pada penelitian ini sebanyak 100 responden, dianggap. Metode analisis data melibatkan analisis deskriptif untuk menguraikan data yang diperoleh dari kuesioner, serta analisis regresi linear sederhana untuk memperkirakan hubungan antara variabel independen (kualitas pelayanan) dan variabel dependen (kepuasan pelanggan). Hasil analisis data pengujian regresi linier menunjukkan bahwa $y = 2,928 + 0,200x$, diketahui koefisien korelasi = 0,765, koefisien determinasi diketahui sebesar $r^2 = 0,5863$ atau 58,63%, dan dari pengujian hipotesis uji-t diketahui bahwa $t\text{-hitung} = 12,0221 > t\text{-tabel} = 1,65993$. Dari hasil perhitungan ini, sangat mungkin untuk menyimpulkan bahwa kepuasan pelanggan secara signifikan dan positif dipengaruhi oleh kualitas pelayanan PT. PLN Unit Layanan Pelanggan Mattoanging di Makassar. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat diterima.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Pelanggan akan puas dengan suatu perusahaan jika pelayanannya berkualitas tinggi. Pelanggan yang merasa puas dengan pelayanan dan kualitas barang atau jasa yang diterima akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Untuk mewujudkan kepuasan pelanggan Perusahaan harus memulai memikirkan cara-cara secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan aspek yang sangat penting dalam rangka mempertahankan kelanjutan perusahaan dan memenangkan persaingan. Kualitas pelayanan harus mulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan dalam jangka waktu yang panjang. Kondisi seperti ini menguntungkan bagi perusahaan untuk tetap bertahan dalam persaingan dengan perusahaan lain selama perusahaan mampu memberikan pelayanan sesuai dengan harapan dan kebutuhan pelanggan.

PT. PLN (Persero) merupakan perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) satu-satunya sebagai penyedia layanan listrik di Indonesia yang diberi wewenang oleh pemerintah untuk melakukan kegiatan monopoli melistriki seluruh pelosok Indonesia. Berdasarkan UUD RI No. 30 Tahun 2009 tentang ketenagalistrikan menegaskan bahwa, tenaga listrik mempunyai peran yang sangat penting dan strategis dalam mewujudkan pembangunan nasional. Usaha tenaga listrik dikuasai oleh negara dan penyediaannya perlu senantiasa ditingkatkan sejalan dengan perkembangan zaman dan pembangunan agar tersedia tenaga listrik dalam jumlah yang banyak, handal, dan merata ke seluruh pelosok negeri. Meskipun pesaing dari perusahaan lain masih sangat kecil, perubahan teknologi dan arus informasi yang sangat cepat telah mendorong PT. PLN (Persero) untuk menghasilkan produk dan kualitas pelayanan yang dapat memenuhi ekspektasi pelanggan, sehingga pelanggan merasa puas dengan apa yang telah diberikan. Untuk menyikapi hal tersebut PT. PLN bertransformasi dalam meningkatkan budaya kerja yang prima dengan empat pilar utama yaitu, *Green, Lean, Innovative*, dan *Customer Focused*.

PT. PLN (Persero) Unit Layanan Pelanggan (ULP) Mattoanging merupakan kantor unit yang bertugas melayani penyaluran listrik baik dari pelanggan rumah tangga maupun pelanggan bisnis yang meliputi kecamatan rappocini, tanjong bunga, mariso, tamalate, dan ujung pandang. Dilihat dari letak geografis cakupan area penyaluran listrik, tentunya semua segmen menjadi target pasar dalam pemasaran maupun pelayanan jasa. Di era globalisasi ini kebutuhan dan ketergantungan masyarakat terhadap listrik terutama di Sulawesi Selatan dari tahun ke tahun menunjukkan peningkatan yang signifikan. Peningkatan kebutuhan tenaga listrik ini merupakan dampak positif dan merupakan tantangan bagi PT. PLN (persero) Unit Layanan Pelanggan Mattoanging karena keinginan serta kebutuhan masyarakat selalu berubah setiap waktu, maka dari itu PT. PLN (persero) ULP Mattoanging dituntut untuk senantiasa melakukan inovasi dalam melayani pelanggan dan tentu saja untuk mewujudkan pilar *Customer Focused*. Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, oleh sebab itu peneliti terkesan akan melangsungkan penelitian yang berjudul: "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. PLN Unit Layanan Pelanggan Mattoanging di Makassar"..

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di PT. PLN Unit Layanan Pelanggan Mattoanging yang terletak di jalan Monginsidi no.2, Kota Makassar, dilaksanakan selama 2 bulan. Pemilihan lokasi penelitian tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa peneliti berdomisili di Kota Makassar, di mana lokasi perusahaan yang diteliti juga berada di kota yang sama. Hal ini memudahkan peneliti dalam mengumpulkan data penelitian dengan efisiensi dari segi waktu, tenaga, dan biaya. Data penelitian diperoleh dari dua sumber, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui kuesioner, observasi, dan wawancara dengan pelanggan, sementara data sekunder diperoleh dari dokumen laporan, peraturan terkait, dan hasil wawancara. Metode pengumpulan data melibatkan teknik observasi untuk mendapatkan informasi awal, kuesioner untuk menangkap tanggapan tertulis responden, dan studi kepustakaan untuk mendukung penyelidikan terkait loyalitas konsumen.

Populasi penelitian ini adalah para pelanggan PT. PLN Unit Layanan Pelanggan Mattoanging di Makassar yang berjumlah 101.588 pelanggan. Sampel diambil dengan menggunakan rumus Slovin, yang menghasilkan sampel sebanyak 100 orang, dianggap representatif karena melebihi batas minimal sampel. Metode analisis data melibatkan analisis deskriptif untuk menguraikan data yang diperoleh dari kuesioner, serta analisis regresi linear sederhana untuk memperkirakan hubungan antara variabel independen (kualitas pelayanan)

dan variabel dependen (kepuasan pelanggan). Koefisien korelasi digunakan untuk menentukan kekuatan dan arah hubungan antara variabel X dan Y, dengan batasan korelasi yang telah ditentukan. Sedangkan koefisien determinasi digunakan untuk menilai seberapa besar variabel independen menjelaskan variabel dependen. Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, dengan menguji hipotesis nol dan alternatif. Jika t-hitung lebih besar dari t-tabel, maka hipotesis nol ditolak, dan terdapat hubungan pengaruh antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Sedangkan jika t-hitung lebih kecil dari t-tabel, maka hipotesis nol diterima, dan tidak terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Karakteristik Responden

Tujuan dikemukakannya karakteristik responden adalah untuk menyampaikan representasi yang hendak diketahui perihal kondisi diri responden yang dipilih sampel dalam penelitian. Sampel penelitian ini dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, umur, Pendidikan, dan daya listrik yang digunakan. Responden yang mengisi kuesioner dalam penelitian ini merupakan pelanggan PT. PLN (persero) Unit Layanan Pelanggan Mattoanging dengan jumlah 100 orang/responden. Oleh karena itu akan disajikan deskripsi karakteristik responden sebagai berikut:

a. Jenis Kelamin

Dilihat dari pengelompokan jenis kelamin responden dalam penelitian ini maka dapat disajikan dalam tabel berikut:

Tabel1
Jenis kelamin

No	Jenis kelamin	Jumlah responden	Persentase (%)
1	Laki-laki	65	65
2	perempuan	35	35
Total		100	100

Sumber: data diolah 2023

Dilihat dari tabel 1 menunjukkan bahwa jenis kelamin laki-laki lebih mendominasi dalam pengisian kuesioner dengan jumlah 65 orang dengan persentase 65% sedangkan untuk perempuan berjumlah 35 orang dengan persentase 35%.

b. Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan kuesioner yang telah disebar, diperoleh data usia responden sebagai berikut:

Tabel 2
Responden berdasarkan usia

No	Usia	Jumlah responden (orang)	Persentase (%)
1	20 – 30	26	26
2	31 – 41	38	38
3	42 – 52	22	22
Jumlah		100	100

Sumber: Data diolah 2023

Dari tabel 2 diketahui bahwa responden dengan usia 31-41 tahun merupakan jumlah usia paling dominan dengan jumlah 38 orang dan tingkat persentasenya 38%. Kemudian usia 20-30 tahun mencapai 26 responden dengan persentase 26%, dan di usia 42-52 berjumlah 22 responden dengan persentase 22%.

c. Pendidikan

Berdasarkan hasil survei yang disebar, dapat dijabarkan spesifik responden berdasarkan pendidikan terakhir sebagai berikut:

Tabel 3
Responden berdasarkan tingkat pendidikan

Kategori	Frekuensi	Persentase %
SD	1	1
SMP	3	3
SMA/Sederajat	39	39
Diploma	6	6
S1	45	45
S2	6	6
Total	100	100

Sumber : data diolah 2023

Berdasarkan tabel 3 dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir, sebagian besar responden adalah menempuh pendidikan terakhir S1 yaitu sebanyak 45 responden (45%), responden dengan pendidikan terakhir SD yaitu sebanyak 1 responden (1%), responden dengan pendidikan terakhir SMP yaitu sebanyak 3 responden (3%), responden dengan pendidikan terakhir SMA/Sederajat yaitu sebanyak 39 responden (39%), dan responden dengan pendidikan terakhir Diploma dan S2 yaitu masing-masing sebanyak 6 responden (6%).

d. Pekerjaan

Berdasarkan hasil penelitian dapat dideskripsikan karakteristik responden sesuai dengan profesi sebagai berikut:

Tabel 4
Jenis pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
1	TNI/POLRI	10	10
2	PNS	15	15
3	Wiraswasta	32	32
4	Pegawai swasta	43	43
Total		100	100

Sumber: data diolah 2023

Berdasarkan tabel 4 jumlah responden berdasarkan jenis pekerjaan dimana sebagian besar responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini merupakan pegawai swasta dengan jumlah 43 orang (43%), kemudian responden dengan pekerjaan wiraswasta sebanyak 32 orang (32%), jenis pekerjaan PNS sebanyak 15 orang (15%), dan terakhir dengan pekerjaan TNI/POLRI sebanyak 10 orang (10%).

e. Daya listrik

Berdasarkan hasil survei terdapat pengelompokan daya listrik yang dipakai di rumah masing-masing, untuk lebih jelasnya ditampilkan data sebagai berikut:

Tabel 5
Daya listrik

No	Daya listrik	Frekuensi	Persentase (%)
1	450	3	3
2	900	28	28
3	1300	47	47
4	2200	18	18
5	3500	1	1
6	4400	1	1
7	5500	2	2
Total		100	100

Sumber: Data diolah 2023

Berdasarkan tabel 5 pelanggan yang menggunakan daya listrik 1300 merupakan jumlah responden paling dominan yaitu sebesar 47 orang dengan persentase 47%, kemudian pelanggan dengan daya listrik 900 sebanyak 28 orang dengan persentase 28%, pelanggan dengan daya listrik 2200 sebanyak 18 orang dengan persentase 18%, pelanggan dengan daya 450 sebanyak 3 orang dengan persentase 3%, pelanggan dengan daya listrik 3500 dengan jumlah 1 orang (1%), pelanggan dengan daya listrik 4400 dengan jumlah 1 orang (1%), dan pelanggan dengan daya listrik 5500 dengan jumlah 2 orang (2%).

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Untuk menganalisa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN Unit Layanan Pelanggan Mattoanging, maka peneliti menggunakan metode analisis secara sistematis, yaitu metode regresi linear sederhana dan koefisien korelasi serta koefisien determinasi. Kemudian untuk menguji hipotesis bahwa ada tidaknya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan maka digunakan uji statistik koefisien korelasi.

a. Analisis Regresi Linear Sederhana

Untuk menguji ada tidaknya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan maka digunakan analisis regresi. Adapun bentuk persamaan yakni:

$$y = a + bx$$

Untuk mendapatkan persamaannya, maka nilai a dan b harus ditentukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$a = \frac{(\sum Y)(\sum X^2) - (\sum X)(\sum XY)}{(n)(\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

$$a = \frac{(2087)(804482) - (8920)(187828)}{(100)(804482) - (8920)^2}$$

$$a = \frac{1678953934 - 1675425760}{80448200 - 79566400}$$

$$a = \frac{35288174}{881800}$$

$$a = 4,001$$

$$b = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{(n)(\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{100(187828) - (8920)(2087)}{(100)(804482) - (8920)^2}$$

$$b = \frac{18782800 - 18616040}{80448200 - 79566400}$$

$$b = \frac{166760}{881800}$$

$$b = 0,189$$

Dari perhitungan di atas, maka didapat persamaan regresi linear sederhana antara variabel x dan y adalah:

$$y = 4,001 + 0,189x$$

Persamaan di atas dapat dijelaskan sebagai berikut: jika kualitas pelayanan (x) bertambah sebesar 1 satuan, maka diharapkan akan meningkatkan kepuasan pelanggan (y) sebesar 0,189, dan nilai konstanta sebesar 4,001 yang artinya, tanpa adanya variabel kualitas pelayanan (x) maka kepuasan pelanggan (y) sebesar 4,001

b. Analisis koefisien korelasi (r)

Tabulasi perhitungan kuesioner untuk mencari keterkaitan antara variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dapat dilihat pada rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$
$$r = \frac{100(187828) - (8920)(2087)}{\sqrt{[100(804482) - (8920)^2][100(44217) - (2087)^2]}}$$
$$r = \frac{18782800 - 18616040}{\sqrt{(80448200 - 79566400)(4421700 - 4355569)}}$$
$$r = \frac{166180}{\sqrt{(881800)(66131)}}$$
$$r = \frac{166180}{\sqrt{58314315800}}$$
$$r = 0,691$$

Dari perhitungan di atas, maka dapat diketahui bahwa hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan yaitu 0,691 yang berada dalam kategori kuat. Hal ini sesuai dengan interpretasi nilai r dimana persentase keeratan berada pada nilai antara 0,60% -0,799%.

c. Koefisien determinasi (r²)

Untuk mengetahui besarnya hasil variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan pelanggan, dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Koefisien Determinasi (KD)} = r^2 \times 100\%$$
$$\text{Koefisien Determinasi (KD)} = 0,691^2 \times 100\%$$
$$= 0,691 \times 0,691$$
$$= 0,4774 \text{ atau } 47,74\%$$

Hasil dari perhitungan determinasi (r²) adalah 0,4774 ini berarti bahwa kualitas pelayanan mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 47,74% dan sisanya (100% - 47,74% = 52,26%) dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

d. Uji hipotesis (uji-t)

Untuk membuktikan suatu hipotesis sekaligus menguji secara signifikan atau tidaknya pengaruh antara variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan pelanggan tersebut, maka digunakan uji statistik melalui uji-t, yaitu:

$$t_{hitung} = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dari perhitungan koefisien korelasi di atas, diketahui:

$$\text{Nilai koefisien korelasi (r)} = 0,765$$
$$\text{Taraf nyata (a)} = 0,05 (5\%)$$
$$\text{Nilai tabel memiliki derajat bebas (db)} = n - 2$$
$$= 100 - 2$$
$$= 98$$

Maka, $t_{tabel (0,05 : 98)} = 1,9845$

$$t_{hitung} = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$t_{hitung} = 0,691 \frac{\sqrt{100-2}}{\sqrt{1-(0,691)^2}}$$

$$t_{hitung} = 0,691 \frac{\sqrt{98}}{\sqrt{1-0,4774}}$$

$$t_{hitung} = 0,691 \frac{\sqrt{98}}{\sqrt{0,5226}}$$

$$t_{hitung} = 0,691 \times 13,6939$$

$$t_{hitung} = 9,4652$$

Uji statistik melalui uji t_{hitung} diperoleh nilai sebesar t_{hitung} , 9,4652 dan t_{tabel} sebesar 1,9845. Karena $t_{hitung} 9,4652 > t_{tabel} (1,9845)$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Dengan demikian hasil yang diajukan dalam penelitian ini diterima.

Selanjutnya hasil penelitian pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN Unit Layanan Pelanggan Mattoanging dengan uji hipotesis digambarkan melalui daerah penerimaan H_a dan penolakan H_0 yang tampak pada gambar sebagai berikut.



Gambar 3 : Grafik uji statistik t-tabel dan t-hitung
Sumber : Data diolah 2023

B. Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y). Berdasarkan perhitungan statistik, nilai t_{hitung} untuk variabel kualitas pelayanan menunjukkan bahwa variabel ini memiliki korelasi positif yang signifikan terhadap peningkatan kepuasan pelanggan. Dalam kurva pengujian hipotesis, t_{hitung} berada pada sebelah kanan kurva dan nilai tersebut lebih besar dari nilai kritis yang ditetapkan (1,9845 dengan $\alpha = 0,05$). Ini mengindikasikan bahwa hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah signifikan, yang berarti perubahan pada variabel kualitas pelayanan dapat berdampak positif pada peningkatan kepuasan pelanggan.

Penjelasan lebih lanjut dapat dilihat dari teori yang mengemukakan bahwa hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dapat dijelaskan melalui persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa. Menurut Tjiptono dan Chandra (2016), jika pelanggan tidak memiliki pengalaman sebelumnya dengan suatu perusahaan, persepsi mereka terhadap kualitas jasa perusahaan tersebut akan bergantung pada harapan mereka (Tjiptono & Chandra, 2016). Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan, karena pelanggan merasa bahwa ekspektasi mereka terpenuhi atau bahkan terlampaui.

Penelitian terdahulu juga mendukung temuan ini. Syaiful (2017), Hasniah (2017), Aprilia dan Nita (2017), Rismawati (2017), serta Rika M (2017) telah menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian-penelitian tersebut menemukan bahwa peningkatan dalam kualitas pelayanan berkontribusi pada peningkatan kepuasan pelanggan, sejalan dengan hasil yang diperoleh dalam penelitian ini. Temuan ini menguatkan bahwa kualitas pelayanan yang tinggi cenderung meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

Secara keseluruhan, hasil dari penelitian ini sejalan dengan teori dan hasil penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor kunci dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan demikian, perusahaan yang fokus pada peningkatan kualitas pelayanan akan lebih mampu memenuhi ekspektasi pelanggan dan, pada gilirannya, meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan mereka.

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini mendukung hipotesis bahwa peningkatan kualitas pelayanan akan berdampak positif pada tingkat kepuasan pelanggan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan di PT. PLN Unit Layanan Pelanggan Mattoanging terbukti efektif dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Secara keseluruhan, kualitas pelayanan di PT. PLN Unit Layanan Pelanggan Mattoanging sudah mencapai tingkat yang sangat baik, dengan pencapaian rata-rata persentase sebesar 89,6%. Kepuasan pelanggan juga berada dalam kategori baik, dengan pencapaian persentase rata-rata sebesar 83,32%. Hasil ini menunjukkan bahwa perusahaan telah berhasil dalam menerapkan strategi yang meningkatkan kualitas pelayanan, dan hal ini secara positif mempengaruhi kepuasan pelanggan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, beberapa saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Manajemen PT. PLN Unit Layanan Pelanggan Mattoanging di Makassar sebaiknya menggunakan hasil penelitian ini sebagai acuan dalam pengambilan keputusan untuk meningkatkan kualitas pelayanan ke arah yang lebih baik di masa depan.
2. Perlu dilakukan peningkatan terus-menerus dalam pelayanan kepada pelanggan agar kepuasan pelanggan semakin meningkat. Hal ini dapat dilakukan melalui peningkatan pelatihan dan pengembangan karyawan, serta perbaikan proses pelayanan secara keseluruhan di PT. PLN Unit Layanan Pelanggan Mattoanging di Makassar.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofyan. 2013. *Manajemen Pemasaran, Dasar, Konsep, dan Strategi*. Rajawali Pers, Jakarta
- Aprilia dan Nita, 2017. *Pengaruh Persepsi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di PT Pegadaian (Persero)*. Jurnal Manajemen Dan Bisnis, Vol. 1, No. 2: 113-121.
- Buchori, Achmad dan Djaslim Saladin, 2010. *Manajemen Pemasaran (Edisi Pertama)*. CV. Linda Karya, Bandung.
- Buchari, Alma. 2007. *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Alfabeta, Bandung
- Daga, Rosnaini. 2017. *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*. Global Research and Consulting Institute, Sulawesi Selatan.
- Dharmesta, B.S dan Handoko, T.H. 1982. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Pelanggan*. Liberty, Yogyakarta.
- Efendi, S., Dkk. 2019. *Manajemen Operasional*. LPS- UNAS, Jakarta.
- Fatihudin, Didin., dan Anang Firmansyah. 2019. *Pemasaran Jasa*. Deepublish, Yogyakarta.

- Hardiyansyah. 2011. *Kualitas Pelayanan Publik Konsep, Dimensi dan Implementasinya*. Penerbit Gava Media, Yogyakarta.
- Hasniah. A, 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Persepsi Konsumen Pada PT Pos Indonesia*. Jurnal Makro Manajemen & Kewirausahaan, Vol. 1, No. 1: 80-93.
- Huriyati, Ratih. 2005. *Bauran Pemasaran Dan Layanan Pelanggan*. Alfabeta, Bandung.
- Kanaka. 2021. *Indikator Pengukuran Tingkat Kepuasan Konsumen*, Dalam <https://www.pelatihan-sdm.net/indikator-pengukuran-tingkat-kepuasan-pelanggan>, 17 Desember 2022.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran, edisi 11, Jilid 2*. Prenhalindo, Jakarta
- Lupiyoadi, R., dan Hamdani, A. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat, Jakarta.
- Priansa, Donni Junni. 2017. *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Ridwan dan Akdon. 2003. *Rumus dan Data dalam Analisis Statistika*. Alfabeta, Bandung
- Rika, M., 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Implikasinya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Starbucks Coffee Di Braga City Walk Bandung*. Jurnal Manajemen Dan Bisnis, Vol. 1, No. 2: 48-62
- Rismawati, 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Bamboo Family Massage And Reflexology Bandung*. Jurnal Manajemen Dan Bisnis, Vol. 1, No 2: 1-13.
- Simanis. 2022. *Pengertian Manajemen Pemasaran Menurut Para Ahli*, Dalam <https://www.pelajaran.co.id/pengertian-manajemen-pemasaran-menurut-para-ahli>, 15 Desember 2022.
- Stanton, William J. 2003. *Prinsip Pemasaran (terjemahan). Edisi 7, jilid 1*. Erlangga, Jakarta.
- Syaiful, 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Customer pada PT Telesindo Shop Pamekasan*. Jurnal Makro Manajemen, Vol. 2, No 1: 269-284.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta, Bandung.
- Sunyoto, Danang. 2015. *Manajemen dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Center for Academic Publishing Service, Yogyakarta.
- Swastha, Basu. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern. (edisi 2)*. Liberty, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. CV Andi Offset, Yogyakarta.
- _____. 2019. *Kepuasan Pelanggan*. CV Andi Offset, Yogyakarta.