

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA UNIT LAYANAN PELANGGAN (ULP) MARIANA PT. PLN (PERSERO) UNIT PELAKSANA PELAYANAN PELANGGAN (UP3) PALEMBANG

^aEva Jayanti, ^bYike Diana Putri, ^cDeddy Hendarwan,

^dAgung Indriansyah

^{abcd}Politeknik Darussalam

^a evajayanti622@gmail.com, ^b yike.dianaputri@gmail.com, ^c dehenewjour@gmail.com,
^d agungindriansyah@gmail.com

Abstract. This research is entitled "Analysis of the Influence of Service Quality on Customer Satisfaction at PT. PLN (Persero) UP3 Palembang". This study aims to find out and analyze how much influence the quality of service has on the level of satisfaction felt by customers who use the services of PT. PLN (Persero) UP3 Palembang. The model used in this study is the method of observation, interviews, questionnaires, and literature study using a Likert scale and the method of determining the sample used is accidental sampling of 92 samples. The analytical method used is multiple linear regression method. The results showed that service quality consisting of Reliability (X1), Responsiveness (X2), Assurance (X3), Empathy (X4), and Tangible (X5) together had a positive influence. Where is the regression equation $Y = 13.018 + (-151 X1) + 0.200 X2 + 0.102 X3 + (-066 X4) + (-133 X5) + 2.574$. In addition, the F test shows that service quality has a significant influence on customer satisfaction with a significance level of 0.436 or 4.36%. However, based on the partial test (t), all variables have no significant effect on customer satisfaction with a significant level

Keywords: Customer satisfaction, service quality, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, and Tangible.

1. Pendahuluan

Era globalisasi sekarang ini, menuntut perusahaan 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 layanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga konsumen merasa puas dengan apa yang telah mereka dapatkan dari perusahaan. Banyak cara yang dapat dilakukan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, salah satunya yaitu dengan memberikan kesan/citra yang baik dalam hal produk maupun pelayanan kepada konsumen.

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. Oleh karena itu dalam mengatur dan menjalankan usahanya.

BUMN diatur dan dikelola oleh pemerintah karena sangat berhubungan dengan nasib masyarakat Indonesia. Badan-Badan Usaha Milik Negara tersebut, diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan dari dunia usaha pada umumnya dan masyarakat pada khususnya dan harus dapat mempertahankan citra yang baik di mata masyarakat. BUMN harus dapat memberikan kepuasan kepada masyarakat selaku konsumen dan memberikan citra yang baik di mata 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 atau pelanggan dari jasa yang ditawarkan oleh perusahaan milik pemerintah tersebut akan merasa puas.

PT . PLN (Persero) merupakan salah satu Perusahaan Milik Negara yang memberikan pelayanan kepada calon pelanggan dan masyarakat dalam penyediaan jasa yang berhubungan dengan penjualan tenaga listrik satu-satunya di Indonesia. Peningkatan kebutuhan listrik melonjak dengan tinggi dan cepat, khususnya kebutuhan bagi industri dan diiringi pula dengan standar tingkat kepuasan masyarakat menjadi lebih tinggi lagi sebagai akibat dari meningkatnya pendapatan masyarakat yang maju dan modern. Dalam melakukan kegiatannya, PT. PLN (Persero) menyediakan bagian pelayanan pelanggan yang tugasnya memberikan pelayanan yang dibutuhkan oleh setiap pelanggan.

Pelayanan merupakan unsur yang sangat penting di dalam usaha meningkatkan kepuasan konsumen. Pada dasarnya posisi pelayanan ini merupakan faktor pendukung terhadap aktivitas pemasaran jasa PT. PLN (Persero). Dalam rangka meningkatkan pelayanan penyediaan tenaga listrik oleh PT. PLN (Persero) kepada masyarakat pada umumnya dan pelanggan pada khususnya, maka berdasarkan Undang-Undang (UU) RI No 30 Tahun 2009 tentang ketenagalistrikan bahwa, tenaga listrik mempunyai peran yang sangat penting dan strategis dalam mewujudkan tujuan pembangunan nasional.

2. Tinjauan Pustaka

Kualitas pelayanan

Menurut Arianto (2018:83) Kualitas Pelayanan dapat di artikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas Pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang di sediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan.

Menurut Martiana dan Apriani (2019) bahwa Kualitas Pelayanan adalah upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan yang diharapkan konsumen sehingga konsumen merasa puas dengan kualitas pelayanannya.

Selanjutnya menurut Sugita et al (2017) bahwa Kualitas Pelayanan merupakan segala bentuk aktifitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi harapan konsumen, layanan dapat diartikan sebagai jasa yang disampaikan oleh pemilik berupa hubungan, kecepatan dan keramahtamahan dengan sifat ini dapat memberikan pelayanan dan kepuasan konsumen.

Jenis-jenis Kualitas

Menurut Supriyono (dalam Wijaya, 2011:12) pada umumnya ada dua (2) Jenis Kualitas yang diakui, yaitu:

- a. Kualitas Rancangan (*quality of design*)
- b. Kualitas Kesesuaian (*quality of conformity*).

Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Lupiyoadi dalam (Atmaja, 2018) menyatakan bahwa kualitas pelayanan dapat diukur dari 5 dimensi, yaitu:

1. Keandalan (reliability)
2. Daya tanggap (responsiveness)
3. Jaminan (assurance)
4. Empati (empathy)
5. Bukti fisik (tangible)

Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2018:182), reliabilitas merupakan suatu data yang dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti objek sama atau peneliti dalam kurun waktu berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda. Menurut Ghazali dalam Wulandari (2022:67), kriteria penelitian uji reliabilitas adalah:

- a. Apabila hasil koefisien alpha lebih besar dari taraf signifikan 60% atau 0,6 maka kuisioner tersebut reliabel.
- b. Apabila koefisien alpha lebih kecil dari taraf signifikan 60% atau 0,6 maka kuisioner tersebut tidak reliabel.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dan Keller dalam Priansa, (2018) Menyatakan bahwa kepuasan konsumen atau pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Menurut Park dalam (Irawan 2021:54), mengungkapkan kepuasan pelanggan adalah suatu perasaan pelanggan sebagai respon terhadap produk barang atau jasa yang telah dikonsumsi. Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.

Indikator Kepuasan Pelanggan

Indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan, menurut Indrasari (2019:92) adalah:

1. Kesesuaian harapan, yaitu kepuasan tidak diukur secara langsung tetapi disimpulkan berdasarkan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja perusahaan yang sebenarnya.
2. Minat berkunjung kembali, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan ingin membeli atau menggunakan kembali jasa perusahaan.
3. Kesiediaan merekomendasikan, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan akan merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain seperti, keluarga, teman, dan lainnya.

Manfaat Kepuasan Pelanggan

Manfaat Kepuasan Pelanggan Kepuasan pelanggan diyakini memberikan beberapa manfaat pokok (Priansa, 2017) diantaranya adalah:

- 1) Reaksi terhadap produsen berbiaya rendah Persaingan dalam banyak industri ditandai dengan overcapacity dan oversupply. Hal tersebut menyebabkan pemotongan harga menjadi senjata strategis untuk meraih pangsa pasar. Fokus pada kepuasan pelanggan merupakan upaya mempertahankan pelanggan dalam rangka menghadapi para produsen berbiaya rendah. Banyak perusahaan yang mendapati bahwa cukup banyak konsumen yang sebenarnya bersedia membayar harga yang lebih mahal untuk pelayanan dan kualitas yang lebih baik.
- 2) Manfaat ekonomi retensi konsumen versus perceptual prospecting Berbagai studi menunjukkan bahwa mempertahankan dan memuaskan pelanggan saat ini jauh lebih murah dibandingkan terus menerus berupaya menarik dan memprospek pelanggan baru.
- 3) Nilai kumulatif dari relasi berkelanjutan Berdasarkan konsep customer lifetime value, upaya untuk mempertahankan loyalitas konsumen pada barang dan jasa perusahaan selama periode waktu yang lama dapat menghasilkan anuitas yang jauh lebih besar daripada pembelian individual.

Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan selalu mempunyai hubungan erat dengan kepuasan, karena kualitas pelayanan adalah tolak ukur mengapa pelanggan puas. Terjadinya kepuasan pelanggan apabila harapan pelanggan atas suatu barang dan jasa sesuai dengan kenyataan yang telah diterima. Untuk mengimbangi harapan pelanggan, perusahaan melakukan upaya pemenuhan kebutuhan, keinginan, serta ketepatan penyampaian dengan cara memberikan pelayanan yang terbaik. Semua orang yang membeli dan mengkonsumsi jasa akan memberikan penilaian yang berbedabeda terhadap kualitas pelayanan. Pelayanan yang diberikan oleh perusahaan jasa dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam merasakan manfaat dari jasa yang ditawarkan.

Tjiptono (2017:125), menyatakan dengan memperhatikan kualitas pelayanan kepada pelanggan, akan meningkatkan indeks kepuasan pelanggan yang diukur dengan dimensi kualitas pelayanan yaitu tangible, empathy, reliability, responsiveness dan assurance yang mempunyai pengaruh terhadap

kepuasan pelanggan. Tingkat kualitas yang lebih tinggi menghasilkan tingkat kepuasan pelanggan yang lebih tinggi, yang mendukung harga yang lebih tinggi dan (seringkali) biaya yang lebih rendah (Kotler dan Keller, 2016:157).

Kualitas pelayanan memiliki peran penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Persepsi konsumen mengenai pelayanan perusahaan baik atau buruknya tergantung dengan kesesuaian dan keinginan pelayanan yang diperolehnya. Perusahaan penyedia jasa, pelayanan yang diberikan menjadi suatu tolak ukur kepuasan pelanggan. Apabila kualitas pelayanan jasa yang dirasakan tidak sesuai dengan yang diharapkan, maka pelanggan akan merasa kecewa dan tidak puas bahkan menimbulkan dampak negatif lainnya pada perusahaan. Hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan diperkuat dengan jurnal penelitian yang dilakukan oleh Duc Nha Le et al (2020).

3. Metodologi Penelitian

Data Kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan positivistic (data konkret), data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistic sebagai alat uji penghitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan (Sugiyono, 2018;13).

4. Hasil dan Pembahasan

Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil pengumpulan data yang diperoleh melalui kuesioner yang diberikan kepada pelanggan PT. PLN (Persero) ULP Mariana sebagai responden, maka dapat diketahui karakteristik setiap pelanggan. Hal ini dilakukan dengan harapan bahwa informasi ini dapat menjadi masukan bagi PT. PLN (Persero) UP3 Palembang dalam menyusun strategi pelayanan yang sesuai dengan karakteristik pelanggannya di masa yang akan datang. Karakteristik/identitas responden ini berdasarkan jenis kelamin, profesi/pekerjaan.

Jenis Kelamin Responden

**Tabel 1. Karakteristik Responden
berdasarkan jenis kelamin**

Jenis Kelamin	Orang	Presentase
Pria	52	57 %
Wanita	40	43 %
Total	92	100 %

Sumber: data diolah, 2023

Berdasarkan jenis kelamin, responden ternyata didominasi oleh pelanggan yang berjenis kelamin pria sebanyak 52 orang dengan persentase 57 % dan sisanya adalah responden wanita sebanyak 40 orang atau 43 %. Jumlah responden pria yang lebih banyak dibanding responden wanita merupakan faktor kebetulan

karena pada saat penyebaran kuesioner, responden yang berpartisipasi lebih banyak konsumen pria, namun demikian perbedaan jenis kelamin bisa menimbulkan pendapat atau sudut pandang yang berbeda dalam menilai kualitas pelayanan yang diberikan PT. PLN (Persero) UP3 Palembang.

Profesi/pekerjaan Responden

Tabel 2. Karakteristik responden berdasarkan profesi/pekerjaan

Profesi/pekerjaan	Orang	Presentase
Karyawan	25	27 %
Ibu rumah tangga	18	20 %
pedagang	24	26 %
Buruh	15	16 %
wirasawasta	10	11 %
Total	92	100 %

Sumber: data diolah, 2023

Dari data di atas diketahui karakteristik responden yang paling dominan yaitu karyawan sebanyak 25 orang atau 27%, diikuti ibu rumah tangga sebanyak 18 orang atau 20%, diikuti pedagang sebanyak 24 orang atau 26%, diikuti buruh sebanyak 15 orang atau 16%, diikuti wirasawasta 10 Orang atau 11%.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan 92 (sembilan puluh dua) responden, pertanyaan tentang Kualitas Pelayanan, Reliability sebanyak 3 (tiga) pertanyaan, Responsiveness sebanyak 3 (tiga) pertanyaan, Assurance sebanyak 3 (tiga) pertanyaan, Emphaty sebanyak 3 (tiga) pertanyaan, , Tangible sebanyak 3 (tiga) pertanyaan, dan pertanyaan kepuasan pelanggan sebanyak 3 (tiga) pertanyaan.

Tabel 3. Validitas Variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
X1.1	0,642	0,207	VALID
X1.2	0,655	0,207	VALID
X1.3	0,720	0,207	VALID
X2.1	0,567	0,207	VALID
X2.2	0,646	0,207	VALID
X2.3	0,592	0,207	VALID
X3.1	0,411	0,207	VALID
X3.2	0,668	0,207	VALID

X3.3	0,427	0,207	VALID
X4.1	0,587	0,207	VALID
X4.2	0,539	0,207	VALID
X4.3	0,596	0,207	VALID
X5.1	0,498	0,207	VALID
X5.2	0,668	0,207	VALID
X5.3	0,654	0,207	VALID
Y.1	0,553	0,207	VALID
Y.2	0,646	0,207	VALID
Y.3	0,670	0,207	VALID

Sumber : Data diolah SPSS 25,2023

Tabel 3. Tersebut menunjukkan bahwa semua hasil analisis validitas kualitas pelayanan (X), dan kepuasan pelanggan (Y) memperoleh $r\text{-hitung} > 0,207$ dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut valid.

Uji Reliabilitas

Hasil kuesioner dapat dinyatakan reliabel atau diterima apabila setiap variabel mempunyai nilai Alpha Cronbach's > 0.60 untuk mengetahui reliabilitas terhadap kuesioner pada masing-masing variabel penelitian sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach's	Kriteria	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,564	Alpha Cronbach's > 0.60	Reliable
Kepuasan Pelanggan	0,213		Reliable

Sumber : Output SPSS 25 Data Diolah Penulis 2023

Tabel 4. menunjukkan bahwa hasil uji reliabilitas variabel kualitas pelayanan (0,564) dan kepuasan pelanggan (0,213) memperoleh nilai Alpha Cronbach's > 0.60 maka dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut reliabel.

Penentuan Range

Survey ini menggunakan skala Likert dengan skor tertinggi di tiap pertanyaannya adalah 5 dan skor terendah adalah 1. Dengan jumlah responden sebanyak 92 orang, maka :

Skor tertinggi : $92 \times 5 = 460$ Skor terendah : $92 \times 1 = 92$

Sehingga range untuk hasil survey = $460 - 92 = 73,6 = 74$ (dibulatkan) Range skor 5:

a. $92 - 166 =$ sangat tidak setuju

b. $167 - 241 =$ tidak setuju

- c. 242 – 316 = cukup setuju
- d. 317 – 391 = setuju
- e. 392 – 466 = sangat setuju

Pembahasan

1. Pengaruh variabel Reliability (Kehandalan) terhadap kepuasan pelanggan.
Reliability (Keandalan) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pada pertanyaan pertama yaitu info tagihan/billing sesuai dengan pemakaian, sebanyak 33 orang (33,86%) menjawab sangat setuju, 50 orang (54,34%) menjawab setuju dan 9 orang (9,7%) menjawab cukup setuju. Pada pertanyaan kedua yaitu bila terjadi kesalahan pencatatan rekening secepatnya akan dicek ulang, sebanyak 32 orang (34,78%) menjawab sangat setuju, 48 orang (52,17%) menjawab setuju dan 12 orang (13,04%) menjawab cukup setuju. Pada pertanyaan ketiga yaitu aktivitas/registrasi pelanggan sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan setelah lunas membayar persyaratan, sebanyak 27 orang (29,34%) menjawab sangat setuju, 38 orang (41,30%) menjawab setuju dan 27 orang (29,34%) menjawab cukup setuju.
2. Pengaruh variabel Responsiveness (Ketanggapan) terhadap kepuasan pelanggan. Responsiveness (Ketanggapan) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pada pertanyaan pertama yaitu cepat merespon pelanggan yang datang, sebanyak 26 orang (28,26%) menjawab sangat setuju, 62 orang (67,39%) menjawab setuju dan 4 orang (4,3%) menjawab cukup setuju. Pada pertanyaan kedua yaitu petugas memberi informasi yang jelas dan mudah dimengerti oleh pelanggan, sebanyak 32 orang (34,78%) menjawab sangat setuju, 44 orang (47,82%) menjawab setuju, dan 19 orang (20,65%) menjawab cukup setuju. Pada pertanyaan ketiga yaitu Kesiapan petugas dalam melayani pelanggan, sebanyak 32 orang (34,78%) menjawab sangat setuju, 43 orang (46,73%) menjawab setuju, dan 17 orang (18,47%) menjawab cukup setuju.
3. Pengaruh variabel Assurance (Jaminan) terhadap kepuasan pelanggan.
Assurance (Jaminan) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pada pertanyaan pertama yaitu petugas mampu menjawab setiap pertanyaan pelanggan, sebanyak 25 orang (27,17%) menjawab sangat setuju, 60 orang (65,21%) menjawab setuju dan 7 orang (7,6%) menjawab cukup setuju. Pada pertanyaan kedua yaitu Pelanggan merasa aman dalam melakukan transaksi, sebanyak 37 orang (40,21%) menjawab sangat setuju, 36 orang (39,13%) menjawab setuju dan 19 orang (20,65%) menjawab cukup setuju. Pada pertanyaan ketiga yaitu PT. PLN (Persero) memiliki citra yang positif di mata masyarakat, sebanyak 46 orang (50%) menjawab sangat setuju, 30 orang (32,60%) menjawab setuju dan 16 orang (17,39%) menjawab cukup setuju.

Berdasarkan hasil uji penelitian, hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang sebelumnya dilakukan oleh Rianty (2015) tentang pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan, dari hasil penelitian ini dapat dijelaskan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

5. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

1. Hasil penelitian mengenai analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) UP3 Palembang , dapat dibuat beberapa kesimpulan sebagai berikut:
Persamaan regresi $Y = 13.018 + (-151 X_1) + 0,200 X_2 + 0,102 X_3 + (-066 X_4) + (-133 X_5) + 2.574$. artinya variabel independen yakni realibility, responsiveness, assurance, emphaty dan tangible berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, artinya apabila variabel independen naik, maka variabel dependen juga meningkat, dan jika variabel independen turun, maka variabel dependen juga menurun. Dari hasil koefesien regresi yang didapat menunjukkan, variabel Responsivenss ($X_2 = 0,200$) menjadi faktor terbesar yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, kemudian Assurance ($X_3 = 0,102$), tangible , sementara realibility ($X_1 = - 0,151$) kemudian tangible ($X_5 = - 0,133$), kemudian Emphaty ($X_4 = - 0,066$) menjadi faktor terendah yang memengaruhi kepuasan pelanggan.
2. Dari lima (5) variabel yang memengaruhi kepuasan pelanggan PT. PLN (Persero) UP3 Palembang , variabel yang paling dominan adalah variabel Responsivenss (Daya Tanggap) berdasarkan hasil uji t. variabel Responsivenss (Daya Tanggap) mempunyai nilai t hitung (1.185) > t tabel (1,987) paling besar dibandingkan dengan variabel lainnya, dengan signifikan yang disyaratkan.

Saran

Agar PT. PLN (Persero) UP3 Palembang bisa lebih meningkatkan kepuasan pelanggan maka perlu melakukan beberapa langkah sebagai berikut:

1. Responsiveness mempunyai pengaruh terbesar kedua terhadap kepuasan pelanggan. Indikator daya tanggap yang dominan adalah kecepatan karyawan dalam melayani kepentingan pelanggan serta kemampuan dan kemauan karyawan menjalin komunikasi. Untuk itu, sebaiknya karyawan lebih cepat dalam melayani pelanggan, seperti perlu ada bagian customer service yang bertugas mengatasi keluhan atau permasalahan yang dihadapi pelanggan serta bertugas memberikan informasi kepada pelanggan yang berkaitan dengan pembayaran tagihan, dan karyawan yang bertugas di bagian customer service harus mempunyai kemampuan komunikasi yang baik sehingga bisa lancar dalam berkomunikasi dengan pelanggan.
2. Tangible mempunyai pengaruh terbesar ketiga terhadap kepuasan pelanggan. Indikator bukti fisik yang dominan adalah ruang interior dan eksterior dan kebersihan ruang pelayanan. Untuk itu sebaiknya dalam melakukan penataan interior dan eksterior tetapi rapi, seperti, kursi untuk tempat duduk pelanggan

ditata secara per baris sehingga lebih rapi serta setiap ruangan selalu dibersihkan setiap saat agar terlihat bersih dan menggunakan teknologi yang lebih canggih dalam memberikan pelayanan seperti penggunaan nomor antrian secara elektronik.

3. Sebaiknya perusahaan berusaha mempertahankan kinerjanya dan senantiasa memperhatikan atribut yang memengaruhi kepuasan pelanggan agar tercipta kesesuaian antara persepsi dan harapan pelanggan.

Daftar Pustaka

- Atiyah, U., Untari, M. F. A., & Tsalatsa, A. N. (2019). Keefektifan Model Pembelajaran Numbered Head Together (NHT) Dengan Media Teka- Teki Silang Terhadap Hasil Belajar Tematik Siswa. *International Journal of Elementary Education*, 3(1), 46-52. Diakses Pada Tanggal 27 Mei 2023
- Fandy Tjiptono, & Gregorius Chandra 2006, Manajemen Pelayanan Jasa, Penerbit Andi, Yogyakarta. (Diakses Pada Tanggal 26 Mei 2023)
- Freddy Rangkuti, 2004, Riset Pemasaran, Cetakan Kelima, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta. (Diakses Pada Tanggal 14 Juni 2023)
- Ghozali, Imam. 2005, Analisis Multivariate SPSS, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang. (Diakses Pada Tanggal 14 Juni 2023)
- Lestari, A., & Priyanto, A. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan Klinik Ilanur 1 Balaraja Tangerang (Studi Kasus Pada Pasien Ilanur 1). *CITACONOMIA: Economic and Business Studies*, 2(01), 1-13. (Diakses Pada Tanggal 19 Juni 2023)
- Listrik untuk Kehidupan yang Lebih Baik - PT PLN (Persero). (2023). PT. PLN (Persero). (Diakses Pada Tanggal. 22 Juni 2023)
- Prasetya, A. Y., & Wijaksana, T. I. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Transportasi Online Maxim Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Bandung. *eProceedings of Management*, 8(5). (Diakses Pada Tanggal 26 Mei 2023)
- SEO Management. Rumus Slovin: Pengertian, Notasi, dan Contoh Soal. Sampoerna Academy. <https://www.sampoernaacademy.sch.id/id/rumusslovin/> (accessed 2023-07-14). Diakses Pada Tanggal 22 Juni 2023)
- Septriandre, D. W. (2021). *ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PADA KONSUMEN DI MUMTAZ BARBER SHOP PALEMBANG* (Doctoral dissertation, Politeknik Negeri Sriwijaya). Diakses Pada Tanggal 1 Juni 2023