



**EVALUASI KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA  
LISTRIK PRABAYAR DI KELURAHAN SIHITANG  
KOTA PADANGSIDIMPUAN**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E.I)  
Dalam Bidang Ilmu Ekonomi Syariah*

**Oleh:**

**SANGKOT IBRAHIM**

**NIM. 12 230 0252**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
PADANGSIDIMPUAN  
2016**



**EVALUASI KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA  
LISTRIK PRABAYAR DI KELURAHAN SIHITANG  
KOTA PADANGSIDIMPUAN**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat*

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat*

*Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E.I)*

*Dalam Bidang Ilmu Ekonomi Syariah*

Oleh:

**SANGKOT IBRAHIM**

**NIM. 12 230 0252**

Oleh:

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH**

**SANGKOT IBRAHIM**

**NIM. 12 230 0252**



**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
PADANGSIDIMPUAN  
2016**



**EVALUASI KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA  
LISTRIK PRABAYAR DI KELURAHAN SIHITANG  
KOTA PADANGSIDIMPUAN**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat*

*Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E.I)*

*Dalam Bidang Ilmu Ekonomi Syariah*

Oleh:

**SANGKOT IBRAHIM**

**NIM. 12 230 0252**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH**

**Pembimbing I**

**Muhammad Isa S.T, M.M**  
**NIP. 19800605 201101 1 003**

**Pembimbing II**

**Juni Atika, MEI**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
PADANGSIDIMPUAN**

**2016**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan H.T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733  
Telp. (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Hal : Skripsi a.n  
**Sangkot Ibrahim**  
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, Juni 2016  
Kepada Yth:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
IAIN Padangsidimpuan  
di \_  
Padangsidimpuan

*Assalamu`alaikum Wr.Wb.*

Setelah membaca, meneliti dan memberikan saran-saran untuk perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **Sangkot Ibrahim** yang berjudul: **“EVALUASI KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA LISTRIK PRABAYAR DI KELURAHAN SIHITANG, AREA KOTA PADANGSIDIMPUAN”**, maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Islam (SEI) dalam Ilmu Ekonomi Syariah IAIN Padangsidimpuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang Munaqasyah.

Demikianlah kami sampaikan atas perhatian dan kerja sama dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu`alaikum Wr.Wb*

**Pembimbing I**

**Muhammad Isa, S.T, M.M**  
NIP.19800605 201101 1 001

**Pembimbing II**

**Jumi Atika M.E.I**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

**PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI**

Dengan nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sangkot Ibrahim  
NIM : 12 230 0252  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : **Evaluasi Kepuasan Pelanggan Pengguna Listrik Prabayar Di Kelurahan Sihitang, Kota Padangsidimpuan.**

Dengan ini menyatakan bahwa saya menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing, dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidimpuan pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tentang Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidimpuan, yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidimpuan, 30 Juni 2016  
Pembuat Pernyataan,



**SANGKOT IBRAHIM**  
**NIM. 12 230 0252**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidempuan 22733  
Telepon.(0634) 22080 Fax. (0634) 24022

**DEWAN PENGUJI  
UJIAN MUNAQASYAH SKRIPSI**

**NAMA : SANGKOT IBRAHIM**  
**NIM : 12 230 0252**  
**JUDUL SKRIPSI : EVALUASI KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA  
LISTRIK PRABAYAR DI KELURAHAN SIHITANG  
KOTA PADANGSIDIMPUAN**

**Ketua**

**Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si**  
**NIP. 19780818 200901 1 015**

**Sekretaris**

**Rukiah, S.E., M.M**  
**NIP. 19800605 201101 1 003**

**Anggota**

**Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si**  
**NIP. 19780818 200901 1 015**

**Rukiah, S.E., M.M**  
**NIP. 19800605 201101 1 003**

**Mudzakkir Khotib Siregar, M.A.**  
**NIP.19721121 199903 1 002**

**Muhammad Isa, S.T., M.M**  
**NIP. 19760324 200604 2 002**

**Pelaksanaan Sidang Munaqasyah**

**Di : Ruang Sidang Munaqasyah FEBI/IAIN Padangsidempuan**  
**Tanggal : 26 Juli 2016**  
**Pukul : 14.00 s/d Selesai**  
**Hasil/Nilai : 76,62 (B)**  
**Predikat : Cumlaude**  
**IPK : 3,65**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERIPADANGSIDIMPUN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl.T. Rizal Nurdin Km. 4,5 SihitangPadangsidimpun22733  
Telp.(0634) 22080 Fax.(0634) 24022

## PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : EVALUASI KEPUASAN PELANGGAN PENGGUAN  
LISTRIK PRABAYAR DI KELURAHAN SIHTANG,  
KOTA PADANGSIDIMPUN**

**NAMA : SANGKOT IBRAHIM  
NIM : 12 230 0252**

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas  
dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar  
Sarjana Ekonomi Islam (S.EI)  
dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah

Padangsidimpun, September 2016

Dekan,



H. Fatahuddin Aziz Siregar, M. Agg  
NIP. 19731128 200112 1 001

## ABSTRAK

**Nama** : Sangkot Ibrahim  
**NIM** : 12 230 0252  
**Judul Skripsi** : **Evaluasi Kepuasan Pelanggan Pengguna listrik Prabayar di Kelurahan Sihitang, Kota Padangsidempuan.**

Keberhasilan suatu perusahaan tidak terlepas dari pelayanan yang diberikan, salah satunya dengan memberikan Kepuasan kepada pelanggan, dengan memberikan mutu produk, harga, mutu pelayanan dan keamanan yang sesuai dengan harapan pelanggan. Banyaknya pelanggan yang kurang puas akan kinerja listrik prabayar, dan pelanggan yang ingin beralih ke listrik pasca bayar, menjadi latar belakang dalam penelitian ini. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah listrik prabayar memberikan kinerja sesuai dengan harapan pelanggan di Kelurahan Sihitang, Kota Padangsidempuan. Yang bertujuan untuk mengetahui kesesuaian kinerja listrik prabayar dengan harapan pelanggan di Kelurahan Sihitang, Kota Padangsidempuan dan upaya yang dilakukan PT. PLN (Persero) Area Padangsidempuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Pembahasan ini berkaitan dengan ilmu manajemen pemasaran. Sehubungan dengan itu teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori manajemen syariah, kepuasan pelanggan, mutu produk, harga, mutu Pelayanan, dan Keamanan.

Penelitian ini merupakan penelitian survei dengan menggunakan metode analisis Uji beda dua rata-rata (*Paired samples test*), Uji Statistik deskriptif dan Uji hipotesis. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini berdasarkan pendapat slovin sebanyak 94 pelanggan. Pengolahan data dilakukan pada SPSS versi 21.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelanggan kurang puas akan pelayanan yang diberikan kinerja listrik prabayar. Dapat dilihat dari total harapan pelanggan lebih besar dibandingkan total kinerja listrik prabayar ( $7698 > 7546$ ). Dan dari hasil Uji beda dua rata-rata diperoleh kesimpulan dari uji t diperoleh nilai t hitung sebesar 2,542 sedangkan t tabel diperoleh nilai sebesar 1,986. Karena nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,542 > 1,986$ ), dengan tingkat ketelitian 5 % maka hipotesis yang diajukan ditolak, artinya Ada perbedaan kinerja listrik prabayar dan harapan pelanggan di Kelurahan Sihitang, Kota Padangsidempuan. Adapun upaya yang akan dilakukan jika usulan ini diterima PT. PLN (Persero) area Padangsidempuan yaitu dengan melakukan sosialisasi kepada pelanggan tentang penggunaan, kemudahan, dan keuntungan yang didapatkan dari program listrik prabayar.

**Kata Kunci** : **Mutu produk, Harga, Mutu Pelayanan dan keamanan**

## KATA PENGANTAR

الرَّحِيمِ الرَّحْمَنِ اللَّهُ بِسْمِ

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti merasakan kelapangan hati dan kejernihan pikiran sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dalam waktu yang tidak terlalu lama. Salawat dan salam ke ruh baginda junjungan alam Nabi Muhammad SAW yang telah menyampaikan nikmat Iman dan Islam dengan penuh cinta dan kasih sayang kepada seluruh ummat di seluruh alam.

Untuk mengakhiri perkuliahan di IAIN Padangsidempuan, maka menyusun skripsi merupakan salah satu tugas yang harus diselesaikan sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E.I) pada Jurusan Ekonomi Syariah, Skripsi ini berjudul: **Evaluasi Kepuasan Pelanggan Pengguna Listrik Prabayar di Kelurahan Sihitang, Kota Padangsidempuan.**

Dalam menyusun skripsi ini peneliti banyak mengalami hambatan dan rintangan. Namun berkat bantuan dan bimbingan dari dosen pembimbing, keluarga dan rekan seperjuangan, baik yang bersifat material maupun inmaterial, akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan. Oleh sebab itu peneliti mengucapkan banyak terimakasih utamanya kepada:

1. Bapak Dr.H. Ibrahim Siregar, MCL selaku Rektor IAIN Padangsidempuan, serta Bapak Drs. H. Irwan Saleh Dalimunthe, M.A. selaku Wakil Rektor Bidang Akademik Dan Pengembangan Lembaga, Bapak Aswadi Lubis, S.E, M.Si. selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan Dan

Keuangan, dan Bapak Drs. Samsuddin Pulungan, M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerja Sama.

2. Bapak Fatahuddin Aziz Siregar, M. Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan, Bapak Darwis Harahap, M.Si, selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Ibu Rosnani Siregar, M.Ag, selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Bapak Ikhwanuddin Harahap, M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerja Sama.
3. Bapak Muhammad Isa, S.T, M.M dan Ibu Jumi Atika, MEI yang merupakan pembimbing I dan II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Rukiah, S.E., M. Si, sebagai Ketua Jurusan Ekonomi Syariah dan Bapak Muhammad Isa, S.T, M.M sebagai Sekretaris Jurusan, serta seluruh civitas akademik IAIN Padangsidimpuan yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidimpuan
5. Bapak Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Bapak Pimpinan PT PLN (Persero) Area kota Padangsidempuan, Serta seluruh karyawan yang telah berpartisipasi membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Teristimewa keluarga tercinta (Ayahanda Saparuddin Nasution, ibunda Masidah Nasution, abang/kakak/adek saya Masdalifah Nasution, Elvina Sari Nasution, Sri Safitri Nasution, Ahmad Landong dan Roman Sibarani, dan teruntuk adik-adik saya Riski Efendi, Nur Hadana, Sofia Ulfa, Anggi Saputra) yang paling berjasa dalam hidup peneliti yang telah banyak berkorban serta memberikan dukungan moral dan materi demi kesuksesan peneliti dalam menyelesaikan skripsi sekaligus studi di IAIN Padangsidempuan. Semoga Allah nantinya memberikan balasan pahala yang berlimpah atas segenap dukungan dan pengorbanan yang telah mereka curahkan.
8. Teman-teman ES-6 dan ES-3 Khususnya sahabat-sahabat saya (Ade Saputra, Dian Martua, Syahril efendi, Aman Sakhti, Fadil Akbar, Ayu Pita Sari, Dili Veronika, Endah Ayu, Siti Khodijah), dan teman-teman seperjuangan yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu, yang selalu memberikan bantuan dan sebagai teman dalam diskusi di lingkungan IAIN Padangsidempuan.

Bantuan, bimbingan dan motivasi yang telah bapak/ibu dan saudara-saudari berikan amat lah berharga, dan peneliti tidak dapat membalasnya. Semoga Allah dapat memberi imbalan dari apa yang telah Bapak/Ibu dan saudara-saudari berikan kepada peneliti.

Peneliti menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih banyak ketidak-sempurnaan. Hal ini disebabkan karena masih sedikitnya ilmu peneliti tentang hal

tersebut, dan masih perlu mendapat bimbingan dan arahan dari berbagai pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Demikian skripsi ini peneliti selesaikan dan semoga kiranya dapat bermanfaat bagi peneliti pada khususnya dan pembaca pada umumnya. Akhirnya dengan kerendahan hati peneliti mohon maaf kepada semua pihak atas kekurangan dan kesalahan yang terdapat dalam penelitian ini. Semoga Allah SWT selalu memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua. *Amin ya Robbal a'lamin.*

Padangsidempuan, Juni 2016

Peneliti

**SANGKOT IBRAHIM**

Nim: 12 230 0252

**PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN**

## 1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam system tulisan arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf arab dan translitasinya dengan huruf latin.

| Huruf Arab | Nama Huruf Latin | Huruf Latin        | Nama                        |
|------------|------------------|--------------------|-----------------------------|
| ا          | Alif             | Tidak dilambangkan | Tidak dilambangkan          |
| ب          | ba               | B                  | Be                          |
| ت          | Ta               | T                  | Te                          |
| ث          | ša               | š                  | es (dengan titik di atas)   |
| ج          | jim              | J                  | Je                          |
| ح          | ħa               | ħ                  | ha(dengan titik di bawah)   |
| خ          | kha              | Kh                 | kadan ha                    |
| د          | dal              | D                  | De                          |
| ذ          | žal              | ž                  | zet (dengan titik di atas)  |
| ر          | Ra               | R                  | Er                          |
| ز          | zai              | Z                  | Zet                         |
| س          | Sin              | S                  | Es                          |
| ش          | Syin             | Sy                 | Es                          |
| ص          | šad              | š                  | Es dan ye                   |
| ض          | ḍad              | ḍ                  | de (dengan titik di bawah)  |
| ط          | ṭa               | ṭ                  | te (dengan titik di bawah)  |
| ظ          | ẓa               | ẓ                  | zet (dengan titik di bawah) |
| ع          | ‘ain             | ‘                  | Koma terbalik di atas       |
| غ          | Gain             | G                  | ge                          |
| ف          | Fa               | F                  | ef                          |
| ق          | Qaf              | Q                  | ki                          |
| ك          | Kaf              | K                  | ka                          |
| ل          | Lam              | L                  | el                          |
| م          | Mim              | M                  | em                          |
| ن          | Nun              | N                  | en                          |
| و          | Wau              | W                  | we                          |
| ه          | Ha               | H                  | ha                          |

|   |        |       |          |
|---|--------|-------|----------|
| ء | hamzah | ..’.. | apostrof |
| ي | Ya     | Y     | Ye       |

## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

### a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

| Tanda  | Nama   | Huruf Latin | Nama |
|--|--------|-------------|------|
|   | fathah | A           | a    |
|   | kasrah | I           | i    |
|  | ḍommah | U           | U    |

### b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

| Tanda dan Huruf | Nama           | Gabungan | Nama    |
|-----------------|----------------|----------|---------|
| ءي.....         | fathah dan ya  | Ai       | a dan i |
| ءو.....         | fathah dan wau | Au       | a dan u |

### c. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

| Harkat dan Nama Huruf | Nama                    | Huruf dan Tanda | Nama                 |
|-----------------------|-------------------------|-----------------|----------------------|
| ءي.....               | fathah dan alif atau ya | ā               | a dan garis atas     |
| ءي.....               | Kasrah dan ya           | ī               | i dan garis di bawah |
| ءو.....               | ḍommah dan wau          | ū               | u dan garis di atas  |

### 3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

#### a. Ta marbutah hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dommah, transliterasinya adalah /t/.

#### b. Ta marbutah mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

### 4. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

### 5. Kata Sandang

Kata sandang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ال . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

#### a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

#### b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

## **6. Hamzah**

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

## **7. Penulisan Kata**

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim, maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bias dilakukan dengan dua cara: bias dipisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

## **8. Huruf Capital**

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf capital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak dipergunakan.

## **9. Tajwid**

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*.  
Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan  
Lektur Pendidikan Agama.

## ADAFTAR ISI

|   | <b>Halaman</b> |
|---|----------------|
| <b>ABSTRAK</b> .....                            | i              |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                     | ii             |
| <b>TRANSLITERASI</b> .....                      | vi             |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                         | xi             |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                       | xiii           |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                      | xiv            |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....                    | xv             |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....                  | 1              |
| A. Latar Belakang.....                          | 1              |
| B. Identifikasi Masalah.....                    | 8              |
| C. Batasan Masalah.....                         | 8              |
| D. Defenisi Operasional Variabel.....           | 9              |
| E. Rumusan masalah.....                         | 10             |
| F. Tujuan Penelitian.....                       | 10             |
| G. Kegunaan Penelitian.....                     | 10             |
| 1. Bagi Peneliti.....                           | 10             |
| 2. Bagi Perusahaan.....                         | 11             |
| 3. Bagi Pembaca atau Peneliti Selanjutnya.....  | 11             |
| 4. Bagi Masyarakat Luas.....                    | 11             |
| H. Sistematika Pembahasan.....                  | 11             |
| <b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....              | 13             |
| A. Kerangka teori.....                          | 13             |
| 1. Pelanggan.....                               | 13             |
| 2. Kepuasan Pelanggan.....                      | 15             |
| 3. Konsep kepuasan pelanggan.....               | 19             |
| 4. Faktor-faktor kepuasan pelanggan.....        | 22             |
| 5. Mengukur Kepuasan Pelanggan.....             | 23             |
| 6. Listrik Prabayar.....                        | 35             |
| a. Pengertian listrik Prabayar.....             | 35             |
| b. Keuntungan menggunakan listrik Prabayar..... | 38             |
| B. Penelitian Terdahulu.....                    | 39             |
| C. Kerangka Pikir.....                          | 41             |
| D. Hipotesis.....                               | 41             |

|  |           |
|--|-----------|
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>             | <b>43</b> |
| A. Lokasi dan Waktu Penelitian .....               | 43        |
| B. Jenis Penelitian .....                          | 43        |
| C. Populasi dan Sampel .....                       | 44        |
| D. Sumber data .....                               | 46        |
| E. Instrumen Pengumpulan Data.....                 | 46        |
| F. Teknik Analisis Data .....                      | 49        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b> | <b>51</b> |
| A. Gambaran Perusahaan .....                       | 51        |
| 1. Sejarah Perusahaan .....                        | 51        |
| 2. Visi, misi, moto dan nilai perusahaan.....      | 55        |
| 3. Produk-produk perusahaan.....                   | 56        |
| 4. Ruang lingkup perusahaan .....                  | 56        |
| B. Analisis Statistik Deskriptif.....              | 57        |
| C. Uji Beda Dua Rata-rata .....                    | 60        |
| D. Uji hipotesis (uji t).....                      | 62        |
| <b>BAB V PENUTUP .....</b>                         | <b>68</b> |
| A. Kesimpulan .....                                | 68        |
| B. Saran-saran.....                                | 69        |

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

|  | <b>Halaman</b> |
|--|----------------|
| Tabel 1.1 Defenisi Operasional Variabel .....                              | 9              |
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....  | 43             |
| Tabel 3.1 Skor atas jawaban responden .....                                | 53             |
| Tabel 4.1 Total skor rata-rata indikator kepuasan pelanggan .....          | 64             |
| Tabel 4.2 Statistik deskriptif harapan pelanggan.....                      | 66             |
| Tabel 4.3 Statistik deskriptif kinerja listrik Prabayar .....              | 68             |
| Tabel 4.4 Rekapitulasi Uji Beda Dua Rata-rata .....                        | 69             |
| Tabel 4.5 Hasil Uji Beda Dua Rata-rata atas Kinerja listrik Prabayar ..... | 71             |

## DAFTAR GAMBAR

|   | <b>Halaman</b> |
|---|----------------|
| Gambar 2.1 Bagan Organisasi Tradisional .....         | 14             |
| Gambar 2.2 Bagan Organisasi orientasi pelanggan ..... | 14             |
| Gambar 2.3 Konsep Kepuasan Pelanggan .....            | 21             |
| Gambar 2.4 Jenis pemasaran dalam industri jasa .....  | 38             |
| Gambar 2.5 kerangka pikir .....                       | 45             |
| Gambar 4.1 Daerah penolakan Ho.....                   | 72             |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

|   |    |
|---|----|
| Lampiran 1 Kuesioner uji coba Instrumen Penelitian..... | 77 |
| Lampiran 2 Lembar pernyataan jadi responden .....       | 81 |
| Lampiran 3 Tabulasi uji coba instrumen penelitian ..... | 82 |
| Lampiran 4 Surat Riset .....                            | 83 |
| Lampiran 5 Balasan surat izin Riset .....               | 84 |
| Lampiran 6 Surat keterangan selesai Riset .....         | 85 |
| Lampiran 7 Daftar riwayat hidup .....                   | 86 |

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Di era globalisasi saat ini, persaingan dunia usaha yang semakin sengit mengharuskan perusahaan untuk merespon perubahan yang terjadi, masalah pokok yang dihadapi perusahaan-perusahaan saat ini adalah menarik pelanggan dan mempertahankannya agar perusahaan tersebut dapat bertahan dan berkembang.

Perubahan teknologi informasi yang berkembang cepat mengharuskan berbagai perusahaan dapat memberikan solusi yang tepat dan cepat sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan, sehingga pelanggan merasa puas dan akan bertahan berlangganan dengan perusahaan tersebut. Untuk menjawab permasalahan tersebut, Pemasaran sebagai ilmu dan seni memilih pasar sasaran untuk mendapatkan, menjaga dan menumbuhkan kesetiaan pelanggannya, dengan cara menciptakan, menyerahkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

Dalam pemasaran modern, Pasar tidak hanya menjadi transaksi jual-beli, tetapi juga terdapat tujuan pemasaran yaitu mencapai keberhasilan pasar. Oleh karena itu perusahaan harus juga menjalin hubungan dengan pelanggan dalam jangka waktu yang panjang.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* Edisi Kedua Belas Jilid 1, (Jakarta: PT. Macanan Jaya Cemerlang, 2006), hlm. 6-7

Sebagai salah satu negara yang sedang berkembang, Indonesia menitikberatkan pembangunan nasionalnya pada seluruh sektor kehidupan yang mempunyai potensi tinggi untuk dikembangkan. Seperti yang kita ketahui, kebutuhan dan keinginan manusia tidak terbatas, manusia akan selalu merasa kurang puas atas apa yang telah diberikan perusahaan. Banyak cara untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia salah satunya memberikan kesan/citra yang baik dalam hal produk dan pelayanan perusahaan terhadap pelanggannya.

Kualitas pelayanan merupakan bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dibandingkan dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Agar dapat bersaing, bertahan hidup dan berkembang. Maka, perusahaan dituntut untuk mampu memberikan pelayanan berkualitas yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.<sup>2</sup>

Kondisi dunia usaha saat ini semakin mendesak masyarakat untuk lebih profesional dan cerdas memahami persaingan pasar industri dan jasa. Persaingan itu tidak hanya terjadi pada perusahaan berskala internasional, tetapi juga perusahaan yang berskala nasional, bahkan perusahaan yang dimiliki oleh Badan Usaha Milik Negara (BUMN).<sup>3</sup> Badan usaha milik negara yang ada di Indonesia sangat berpengaruh dalam perkembangan dunia usaha dan masyarakat dalam menjalankan usahanya, karena kebanyakan dari perusahaan milik pemerintah tersebut telah memonopoli

---

<sup>2</sup>*Ibid.*, hlm. 20-22

<sup>3</sup>Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Bisnis Syariah & kewirausahaan*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2013), hlm. 5

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 hajat hidup masyarakat Indonesia. Badan Usaha Milik Negara tersebut, diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan dari dunia usaha pada umumnya dan masyarakat pada khususnya serta harus dapat mempertahankan citra yang baik di mata masyarakat.

Perusahaan harus dapat memberikan kepuasan kepada masyarakat selaku pelanggan 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 terhadap pelayanan dari perusahaan.

Salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang penyediaan tenaga listrik adalah PT. PLN (Persero). PLN 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.

Peningkatan akan kebutuhan tenaga listrik sebagai akibat peningkatan kualitas kesejahteraan masyarakat dengan diiringi oleh keterbatasan peningkatan tersebut. Di Indonesia PT. PLN (Persero) merupakan satu-satunya perusahaan yang ditunjuk sebagai penyedia tenaga listrik, guna memenuhi kebutuhan listrik masyarakat Indonesia.

PT. PLN menyadari ketergantungan kebutuhan listrik masyarakat yang semakin besar akan ketenagalistrikan, memotivasi perusahaan untuk terus-menerus melakukan berbagai kajian untuk meningkatkan mutu pelayanan dengan menawarkan berbagai program layanan. Seiring berjalannya waktu, untuk mengembangkan pelayan suatu perusahaan maka dibutuhkan inovasi baru demi mempertahankan eksistensi dan juga untuk kemajuan pengembangan dalam memberikan layanan kepada masyarakat.

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas barang, harga, dan mutu pelayanan serta jasa yang menghendaki pelanggan sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi perusahaan sebagai tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan tersebut. Kualitas perusahaan dalam perusahaan jasa merupakan hal yang sangat penting dari sudut pandang

pelanggan. Pelanggan tidak hanya melihat dari hasil jasa, tetapi juga dari hasil proses penyampaian jasa tersebut.<sup>4</sup>

Dalam hal pelayanan sering kali terdapat pengaduan dari pelanggan akan penggunaan suatu produk. Melihat banyaknya keluhan dari pelanggan mengenai ketenagalistrikan maupun inovasi baru oleh PT. PLN(persero), maka diperlukan peningkatan pelayanan untuk memenuhi kepuasan dan kenyamanan pelanggan. PT. PLN (Persero) berupaya meningkatkan ketersediaan daya satuan sistem ketenagalistrikan, merehabilitas jaringan serta menawarkan inovasi produk baru yang dilaksanakan seluruh unit pelayanan berupa: listrik Prabayar, *paymen point on line Bank (PPOB)* dan *automatik meter reading*.<sup>5</sup>

Pengembangan teknologi informasi berpengaruh terhadap peningkatan kebutuhan dan keinginan masyarakat modern yang akan mampu memberikan kemudahan, kecepatan, kepraktisan dalam bertransaksi. Masyarakat sebagai pelanggan dewasa ini membutuhkan segalanya menjadi lebih mudah. Menyikapi tuntutan dari masyarakat atau pelanggan, maka PT. PLN (Persero) mengembangkan suatu produk berbasis teknologi yang disebut listrik Prabayar.

---

<sup>4</sup> Philip Kotler, *Op. Cit.*, hlm. 171

<sup>5</sup> Desta Musrian, Studi Tentang Pelayanan Konsumen Prabayar Voucher Listrik Di Kecamatan Samarinda Seberang, Dalam Jurnal Ilmu Pemerintahan, Volume 3, Nomor 1 April 2015, hlm. 67-80

Sistem Prabayar merupakan konsep sistem layanan baru bagi PT. PLN (Persero) dan menjadi pilihan utama perusahaan karena banyak memberikan manfaat yang bisa didapatkan oleh pelanggan dan pemegang saham. Pelayanan listrik Prabayar diciptakan untuk memberikan kemudahan dan keuntungan bagi pelanggan listrik Prabayar. Listrik Prabayar diluncurkan pada tahun 2009, dan baru diaplikasikan di Padangsidempuan pada tahun 2011.

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu pelanggan pengguna listrik Prabayar yang berlokasi di Kelurahan Sihitang, bahwa menurut Ibu Elvina Sari (Pelanggan pengguna listrik Prabayar), mengatakan bahwa ia tidak merasa puas akan kinerja listrik Prabayar, dimana kinerja listrik Prabayar jauh tidak sesuai dengan yang diharapkannya, pelanggan merasa bahwa kinerja listrik Prabayar lebih merepotkan pelanggan, dimana pelanggan harus rajin mengecek pulsa listrik Prabayar, apabila kehabisan pulsa harus membeli ke loket (*Stroom*) dan mengisi pulsa listrik ke meteran secara manual, dan masalah biaya yang dihabiskan oleh listrik Prabayar tidak lebih hemat dibanding listrik pasca bayar, jadi kinerja listrik Prabayar sama saja dengan listrik pasca bayar, sedangkan pelanggan lebih menginginkan kemudahan yang diberikan oleh listrik Prabayar, bahkan jika diberi pilihan pelanggan cenderung memilih memakai listrik pasca bayar, karena uang yang harus dibayarkan untuk membeli pulsa listrik dapat dipergunakan untuk modal atau keperluan lainnya. Sampai tiba pembayaran listrik pada setiap

bulannya.<sup>6</sup> Dari pengamatan peneliti dilapangan, masyarakat sebagai pelanggan masih banyak yang kurang memahami penggunaan listrik Prabayar.

Menurut Havid Ardi karyawan PT. PLN Area Padangsidimpuan, mengatakan bahwa Pelanggan listrik yang sudah terdaftar sebagai pelanggan pengguna listrik Prabayar tidak akan dapat kembali beralih ke penggunaan listrik sebelumnya. Karena Pelanggan listrik yang sudah menggunakan listrik Prabayar tidak dapat meminta kembali menjadi pelanggan listrik pasca bayar. Oleh karena itu, PT. PLN tidak akan merespon pelanggan yang ingin kembali ke listrik pasca bayar, dikarenakan PT. PLN akan segera mencopot pemakaian listrik pasca bayar yang masih digunakan pelanggan dan menggantinya dengan listrik Prabayar.<sup>7</sup>

Peneliti juga memperoleh informasi bahwa banyak pelanggan listrik Prabayar yang ingin beralih kembali menjadi pelanggan listrik pasca bayar karena berbagai alasan. Selama bulan April 2016 saja tercatat ada sebanyak 21 orang pelanggan yang mengajukan permohonan peralihan ke sistem listrik pasca bayar.<sup>8</sup>

Listrik Prabayar merupakan cara pemakaian atau penggunaan listrik dimana pelanggan terlebih dahulu harus membeli/membayar voucher isi

---

<sup>6</sup> Elvina sari, Wawancara mengenai pemakaian atau penggunaan listrik Prabayar, pada tanggal 3 Maret 2016, pkl 10.00 WIB

<sup>7</sup> Havid Ardi, Wawancara mengenai listrik Prabayar, pada tanggal 26 April 2016, pkl. 16.30 WIB.

<sup>8</sup> Wawancara dengan staf pelayanan pelanggan PT. PLN, pada tanggal 26 April 2016, pkl 16.00 WIB

ulang yang tersedia di loket-loket yang tersebar di seluruh Indonesia agar kemudian dapat menikmati aliran listriknya. Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang

**“ EVALUASI KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA LISTRIK PRABAYAR DI KELURAHAN SIHITANG, KOTA PADANGSIDIMPUAN.**

### **B. Identifikasi Masalah**

Dari latar belakang masalah di atas, dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang ada di PT. PLN (Persero) Area Padangsidimpuan. Permasalahan tersebut antara lain sebagai berikut :

1. Kepuasan pelanggan
2. Mutu produk atau jasa
3. Mutu pelayanan
4. Harga
5. Keamanan
6. Kecepatan pelayanan

### **C. Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka penelitian ini perlu dibatasi, agar pembahasannya tidak meluas dan tetap berfokus pada permasalahan yang diteliti. Alasan lainnya adalah keterbatasan ilmu, dana, dan waktu yang dimiliki peneliti. Oleh karena penelitian ini hanya dibatasi untuk evaluasi kepuasan pelanggan pengguna listrik prabayar di Kelurahan Sihitang, Kota Padangsidimpuan.

1. Kepuasan Pelanggan dalam penelitian ini adalah kesesuaian antara pelayanan yang diharapkan dibandingkan dengan pelayanan yang diperoleh oleh pelanggan listrik Prabayar.
2. Listrik Prabayar dalam penelitian ini adalah produk listrik Prabayar dimana pelanggan terdahulu harus membeli voucher isi ulang yang tersedia agar kemudian dapat menikmati aliran listriknya.

#### D. Defenisi Operasional Variabel

Dalam penulisan skripsi ini, untuk menghindari kesalahpahaman terhadap istilah yang dipakai, peneliti mendefenisikan variabel sebagai berikut:

**Tabel 1.1 Defenisi Operasional Variabel**

| Variabel  | Indikator variabel   | Skala pengukuran |
|---|--|------------------|
| <p>Kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya (norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.<sup>9</sup> Maksud dari uraian diatas adalah perasaan puas yang diterima dari hasil kinerja listrik Prabayar dibandingkan dengan harapan pelanggan terhadap inovasi (produk) yang di keluarkan oleh PT. PLN (Persero) Area Padangsidempuan.</p> | <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Mutu atau kualitas produk</li> <li>b. Harga</li> <li>c. Mutu Pelayanan</li> <li>d. Keamanan</li> </ol> | Skala ordinal    |

<sup>9</sup>M. Nur Nasution. *Manajemen Jasa Terpadu*, (Bogor Selatan: Ghalia Indonesia, 2004), hlm. 104

### **E. Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi, latar belakang dan batasan masalah diatas, maka adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Apakah listrik Prabayar memberikan kinerja sesuai harapan pelanggan di Kelurahan Sihitang, Kota Padangsidempuan?

### **F. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan pengumpulan data dan informasi yang berkaitan dengan judul penelitian. Berdasarkan uraian rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kesesuaian kinerja Listrik Prabayar dengan harapan pelanggan di Kelurahan Sihitang, Kota Padangsidempuan.

### **G. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Khususnya bagi peneliti dan pembaca serta bagi masyarakat luas. Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **1. Bagi Peneliti**

Penelitian ini merupakan pelatihan kemampuan yang diharapkan dapat:

- a. Menambah wawasan dan dapat memperoleh pengetahuan dan pengalaman yang akan membuka cakrawala berpikir yang lebih luas mengenai disiplin ilmu ekonomi syariah, khususnya di bidang manajemen bisnis syariah.

b. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan pada Jurusan Ekonomi Syariah, konsentrasi manajemen bisnis syariah di IAIN Padangsidimpuan.

2. Bagi Perusahaan

Diharapkan hasil penelitian ini dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan bagi pihak manajemen, Khususnya bagi PT. PLN (Persero) Area Kota Padangsidimpuan.

3. Bagi Pembaca Atau Peneliti Selanjutnya

Untuk menambah ilmu pengetahuan serta sebagai bahan informasi tambahan bagi pembaca atau referensi bagi peneliti selanjutnya.

4. Bagi masyarakat Luas

Untuk menambah pengetahuan akan penggunaan dan pemakaian ketenagalistrikan beserta peranannya bagi masyarakat.

## **H. Sistematika pembahasan**

Sistematika pembahasan laporan penelitian ini terdiri dari lima bab agar pembaca lebih mudah memahami isinya.

BAB I yaitu membahas dari bagian pendahuluan, di dalamnya terdiri dari beberapa bagian yang meliputi latar belakang masalah, batasan masalah, definisi operasional variabel, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II berisi tentang landasan teori tentang kerangka teori, penelitian terdahulu, kerangka pikir serta merumuskan hipotesis sesuai dengan rumusan masalah.

BAB III berisi tentang metodologi penelitian yang membahas tentang pendekatan dan metode penelitian, disinilah penjelasan pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif sedangkan dari metodenya menggunakan *ekspost facto*, lokasi penelitian dan waktu penelitian, populasi dan sampel penelitian, instrumen pengumpulan data, uji statistik deskriptif, dan analisis data.

BAB IV yaitu berisi hasil penelitian tentang deskripsi data, pengujian hipotesis berdasarkan rumus statistik yang digunakan serta keterbatasan penelitian.

BAB V yaitu penutup merupakan bab dimana peneliti akan membuat kesimpulan dan saran-saran yang akan mendukung kesempurnaan skripsi.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

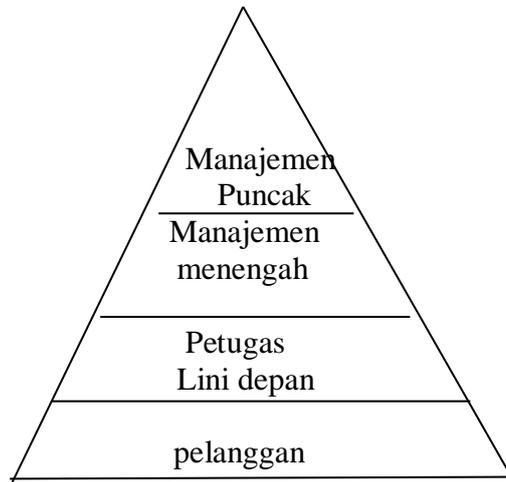
#### **A. Kerangka Teori**

##### **1. Pelanggan**

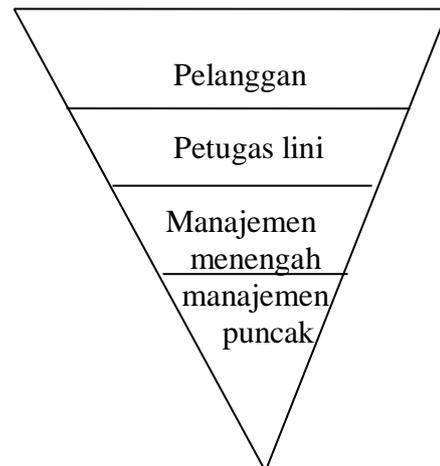
###### **a. Pengertian Pelanggan**

Dalam pengertian sehari-hari pelanggan adalah orang-orang yang kegiatannya membeli dan menggunakan suatu produk, baik barang maupun jasa, secara terus menerus. Pelanggan atau pemakai suatu produk adalah orang-orang yang berhubungan secara langsung maupun tidak langsung dengan perusahaan-perusahaan bisnis. Para Menejer yakin bahwa pelanggan adalah satu-satunya pusat laba sejati bagi perusahaan, memikirkan bagan piramida dengan Presiden puncak dalam Gambar 2.1. (a) sebuah piramida dengan Presiden puncak, manajemen ditengah, serta sekaligus petugas garis depan dan pelanggan di bagian bawah- kuno. Perusahaan membalik pemasaran itu, seperti tampak pada Gambar 2.2 (b). Di puncak pada pelanggan, berikutnya petugas digaris depan yang menjumpai, melayani dan memuaskan pelanggan. Dibawah mereka ada menejer menengah yang tugasnya adalah mendukung orang-orang digaris depan sehingga mereka dapat melayani pelanggan dengan baik; dan di atas ada manajemen puncak yang tugasnya adalah memperkerjakan dan mendukung para manajer menengah. Kita telah menambah pelanggan ke

jenjang sisi gambar 2.2 untuk menunjukkan bahwa semua menejer perusahaan harus melibatkan secara pribadi dalam mengenal, menemui, dan melayani pelanggan.<sup>1</sup>



**Gambar 2.1**  
**Bagan organisasi Tradisional**



**Gambar 2.2**  
**Bagan organisasi berorientasi pelanggan**

Seperti yang dialami oleh pengalaman Washington Mutual, pemasar yang berhasil adalah pemasar yang benar-benar memuaskan pelanggan. Perusahaan dapat memenangkan pelanggan dan menghantam pesaing dengan cara melakukan tugasnya dengan baik untuk memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Dilihat dari segi perbaikan kualitas, definisi pelanggan adalah setiap orang yang menuntut pemberian jasa perusahaan untuk memenuhi suatu standar kualitas pelayanan tertentu, sehingga dapat memberi pengaruh pada performansi (*performance*) pemberi jasa perusahaan tersebut. Dengan kata lain, Pelanggan adalah orang-orang atau

<sup>1</sup>Philip Kotler, *Op. Cit.*, hlm. 172

pembeli yang tidak tergantung pada suatu produk, tetapi produk yang tergantung pada orang tersebut.

Pelanggan, pembeli atau pengguna suatu produk harus diberi kepuasan agar pelanggan terus ingin memakai produk tersebut. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakan dan yang diharapkan.<sup>2</sup>

Pelanggan adalah raja dan anda harus bisa melayani dengan baik, apa saja yang di inginkan seorang pelanggan.

Hal yang diinginkan pelanggan:

- a) Pelanggan ingin di buat bahagia atau puas dengan inovasi yang disuguhkan perusahaan atau yang kita berikan kepadanya.
- b) Pelanggan ingin kebutuhannya terpenuhi sesuai harapan yang diinginkannya.
- c) Nilai pelanggan

Nilai pelanggan diperoleh dengan membandingkan manfaat dan pengorbanan. Manfaat yang diperoleh konsumen berasal dari: Produk yang dibeli, layanan yang diterima, karyawan yang memberikan layanan dan citra atau nama baik, rasa bangga terhadap perusahaan, merek dan sebagainya.

---

<sup>2</sup>*Ibid.*, hlm. 68

## 2. Kepuasan pelanggan

### a. Pengertian kepuasan pelanggan

Kepuasan merupakan tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan hasil sebelumnya. Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apalagi kinerja dibawah harapan, maka pelanggan akan kecewa. Bila kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas.

Kepuasan menurut Engel kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan. Sedangkan menurut Philip kotler mengatakan bahwa “kepuasan merupakan tingkat perasaan di mana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara hasil kerja produk/jasa yang diterima dengan apa yang diharapkannya.”<sup>3</sup>

Pelanggan yang akan puas akan menceritakan kepuasannya kepada 3 orang lain. Sementara pelanggan yang tidak puas akan menceritakan ketidakpuasannya kepada 10 orang lainnya. Artinya ketidakpuasan pelanggan merupakan bom waktu yang kalau tidak segera diberhentikan akan meledak dan mengakibatkan perusahaan

---

<sup>3</sup>M. Nur Rianto Al arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm 193

atau organisasi gulung tikar. Oleh karena itu, tugas terberat dari organisasi adalah Bagaimana mencocokkan barang atau jasa yang dihasilkan dengan kebutuhan dan kepuasan pelanggan.<sup>4</sup>

Kepuasan pelanggan sebagai hasil penilaian pelanggan terhadap apa yang diharapkannya dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk dengan kinerja yang diterimanya dengan mengkonsumsi produk/jasa tersebut. Apakah keinginan yang diterimanya lebih besar minimal sama) dari pada harapannya, maka pelanggan puas, sebaliknya kinerja yang diberikan diberi dari pemakaian produk/jasa tersebut lebih kecil dari pada apa yang diharapkannya maka pelanggan kurang puas.<sup>5</sup>

Dalam konsep Islam mengajarkan kita sebagai umat muslim harus berbuat baik kepada sesama. Hal ini tampak dalam Al-Quran surat An-nisa' ayat 36:

وَالْمَسْكِينِ وَالْيَتَامَى الْقُرْبَىٰ وَبِذِي إِحْسَانًا وَالْوَالِدَيْنِ شَيْئًا بِهِ ۚ تُشْرِكُوا وَلَا لِلَّهِ وَعَابُدُوا  
 إِنَّا أَنزَلْنَاهُ عَلَيْكُمْ مَلَكًا وَمَا السَّبِيلِ وَأَبْنِ بِالْجَنبِ وَالصَّاحِبِ الْجَنبِ وَالْجَارِ الْقُرْبَىٰ ذِي وَالْجَارِ  
 فَخُورًا مَّحْتَلًا كَانَ مَنْ يُحِبُّ لَا إِلَهَ

*Artinya: Dan sembahlah Allah dan jangan lah kamu mempersekutukan-Nya dengan sesuatu apapun. Dan berbuat baiklah kepada kedua orang tua, karib, kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin,*

<sup>4</sup>M. Syamsul Ma'arif dan Hendri Tanjung, *Manajemen Operasi*, ( Jakarta: PT. Grasindo, 2003), hlm. 134

<sup>5</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Loc. cit.* hlm 193

*tetangga dekat, tetangga jauh, teman sejawat, Ibnu Sabil dan hamba sahaya yang kamu miliki. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang sombong dan membanggakan diri.*<sup>6</sup>

Dari ayat di atas mengajarkan kita untuk selalu berbuat baik kepada sesama manusia dengan tidak melihat pangkat, keturunan, maupun hartanya. Dapat juga disamakan dengan berbuat baik dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, sehingga pelanggan merasa puas akan layanan yang kita berikan atas produk yang diberikan kepada pelanggan. Pelayanan yang terbaik diberikan kepada pelanggan karena setiap pelanggan adalah layaknya seorang tamu yang wajib dimuliakan.<sup>7</sup>

Apabila pelayanan yang diterima sesuai dengan harapan maka pelanggan akan puas dan jika melebihi harapan maka pelanggan akan sangat puas, dan akan menjadikan pelanggan tersebut *loyal* (setia) terhadap perusahaan. Jika konsumen konsumen puas akan produk yang dikonsumsinya tersebut, maka nilai produk di mata pelanggan tinggi dan sebaliknya, jika konsumen merasa tidak puas dengan produk yang dikonsumsinya tersebut, maka nilai produk rendah di mata pelanggan.

## **b. Macam-Macam Kepuasan Pelanggan**

---

<sup>6</sup>Departement Agama RI, *Al-Qur'an dan terjemahannya*, Mushaf Al-Qur'an, Al-Kahfi (Jawa barat :CV. Diponegoro, 2012), hlm. 84

<sup>7</sup> Kasmir, *Etika Costomer Service* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 15

Macam-macam kepuasan pelanggan menurut Umar terdiri dari dua macam :

1. Kepuasan fungsional, merupakan kepuasan yang diperoleh dari fungsi suatu produk yang dimanfaatkan.
2. Kepuasan psikologis, merupakan kepuasan yang diperoleh dari atribut yang bersifat tidak berwujud dan produk

**c. Cara Membentuk Harapan Pelanggan**

Beberapa cara dapat dilakukan perusahaan untuk membentuk harapan pelanggan menurut Umar (2005;66) :

1. Melalui promosi yang tidak mengecewakan konsumennya agar terjadi komunikasi yang terkendali antara perusahaan dengan konsumennya.
2. Melalui sikap yang baik dari para petugas penjualan.
3. Melalui unjuk kerja penjualan yang lebih profesional

**d. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan:**

1. Menjadi lebih setia.
2. Memberikan komentar yang menguntungkan bagi perusahaan
3. Mutu produk dan pelayanan yang baik.
4. Membangun kepuasan pelanggan, melalui penekanan pada mutu produk, pelayanan, dan memberikan nilai pelanggan yang superior.
5. Nilai-nilai perusahaan

6. Memberikan gagasan tentang produk perusahaan.<sup>8</sup>

Pelanggan dapat mengalami salah satu dari tingkat kepuasan yang dikategorikan di atas apabila:

a. Bila kinerja lebih rendah dari harapan pelanggan

Pelanggan akan merasa tidak puas, karena harapannya lebih tinggi dari pada yang diterima pelanggan dari pemberian jasa.

b. Bila kinerja sesuai dengan harapan pelanggan

Pelanggan akan merasa puas karena harapannya sesuai dengan apa yang diterima oleh pelanggan dari pemberi jasa.

c. Bila kinerja melebihi dari harapan

Pelanggan akan merasa sangat puas karena apa yang diterimanya melebihi dari apa yang diharapkannya.<sup>9</sup>

### 3. Konsep Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen. Pelanggan merupakan fokus utama dalam pembahasan mengenai kepuasan dan kualitas jasa. Oleh karena itu, pelanggan memegang peranan cukup penting dalam mengukur kepuasan terhadap produk maupun pelayanan yang diberikan perusahaan.

Kepuasan pelanggan dalam jangka panjang menjadi tujuan dari semua aktivitas pemasaran bagi semua organisasi atau perusahaan.

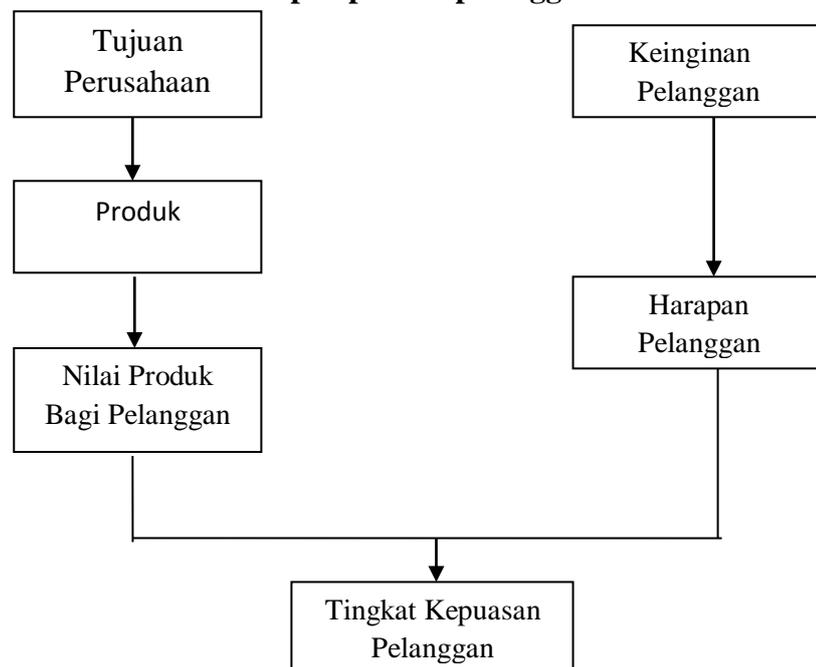
---

<sup>8</sup>Buchori Alma, *Pengantar Bisnis*, Edisi Revisi, (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm. 287

<sup>9</sup>Muh Yunus Bandu "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. PLN (Persero) Rayon Makassar Barat. Jurnal ekonomi, Mei 2013, hlm. 66-70

Fokus dari pendekatan berbasis hubungan untuk berbisnis adalah pemahamannya tentang apa yang di inginkan dan dibutuhkan pelanggan dan memandang pelanggan sebagai aset jangka panjang yang akan memberikan pemasukan yang terus menerus selama keinginan pelanggan terpenuhi.<sup>10</sup>

**Gambar 2.3. Konsep kepuasan pelanggan**



Dari gambar di atas dapat dikatakan bahwa tingkat kepuasan pelanggan didapatkan dari tingkat pernyataan hasil yang dirasakan oleh konsumen atau pelanggan berdasarkan atas perbandingan kinerja produk dengan harapan konsumen, apabila produk sesuai dengan keinginan pelanggan, maka nilai produk bagi pelanggan sama dengan harapan

<sup>10</sup>Fandi Tjiptono dan Anatasya Diana, *Total Quality Manajement*, (Yogyakarta: PT. Perkasa jaya, 2007), hlm. 12

pelanggan sehingga akan tercapai kepuasan pelanggan atas kinerja listrik prabayar.

Kotler mendefinisikan kepuasan pelanggan adalah Perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.<sup>11</sup>

Dari definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan yang ditinjau dari sisi pelanggan yaitu mengenai apa yang telah dirasakan pelanggan atas pelayanan yang telah diberikan dibandingkan dengan apa yang mereka inginkan.

Kepuasan pelanggan menyatakan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi kesesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya. Pelanggan akan merasa puas bila keinginan pelanggan telah terpenuhi oleh perusahaan sesuai dengan yang diharapkan. Dengan adanya nilai tambah dari suatu produk, maka pelanggan menjadi lebih puas dan kemungkinan untuk menjadi pelanggan suatu produk tersebut dalam waktu lama akan sangat besar.

Kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh berbagai macam faktor, antara lain kualitas produk, pelayanan, aktivitas penjualan, dan

---

<sup>11</sup> Philip Kotler, *Loc.Cit.*, hlm. 177

nilai-nilai perusahaan. Untuk menghadapi persaingan dan perubahan perilaku konsumen tersebut maka banyak perusahaan yang berpusat pada pelangganlah yang dapat memberikan nilai Superior kepada mereka, dan memenangkan persaingan. Perusahaan akan terus berusaha dengan sekuat tenaga untuk mempertahankan pelanggannya karena biaya yang dikeluarkan untuk menarik pelanggan baru akan lebih tinggi dibandingkan biaya untuk mempertahankan pelanggan yang ada. Oleh karena itu, mempertahankan pelanggan selalu lebih penting dilakukan dibandingkan dengan menarik pelanggan baru. Kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah dengan memberikan kepuasan pelanggan yang tinggi. Pelanggan yang merasa puas akan bersedia datang kembali mengulangi pembeliannya dan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli.

Menurut peneliti kepuasan pelanggan yaitu memiliki arti perasaan senang atau puas sesuai dengan harapannya atas apa yang telah di dapatkannya dari pelayanan perusahaan baik berupa barang maupun jasa yang ditawarkan perusahaan. Sehingga pelanggan akan bertahan dan ingin selalu memakai produk dari perusahaan tersebut.

#### **4. Konsep kepuasan pelanggan dalam perspektif Islam**

Dalam Islam kepuasan manusia tidak dapat di ukur, karena sifat manusia yang tak pernah puas akan apa yang telah dicapai maupun akan apa yang telah dimilikinya, namun sebagai ummat Islam kita harus selalu bersyukur atas apa yang kita miliki.

Untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, menyebabkan perusahaan harus menempatkan orientasi mereka pada kepuasan pelanggan sebagai fokus utama.<sup>12</sup> Hal ini tercermin dari semakin banyaknya perusahaan yang menyatakan komitmennya terhadap kepuasan pelanggan dalam pernyataan visi dan misinya melalui kegiatan promosi.

Kepuasan pelanggan dapat terwujud apabila harapannya sesuai dengan kenyataannya dan terhindar dari perilaku-perilaku curang dalam berdagang, prinsip transaksi atau penyebab terlarangnya sebuah transaksi dalam Islam adalah sebagai berikut:

a) Haram zatnya (*haram li dzatihi*)

Transaksi ini dilarang karena objek (barang dan jasa) yang ditransaksikan juga dilarang, misalnya minuman keras, bangkai, daging babi dan sebagainya.

b) Haram selain zatnya (*haram li ghairihi*)

(1) *Tadlis*

Setiap transaksi dalam Islam harus didasarkan pada prinsip kerelaan antara kedua belah pihak (sama-sama ridha). Penjual dan pembeli mempunyai informasi yang sama (*completed information*) sehingga tidak ada yang merasa dicurangi /penipuan karena terdapat kondisi pelanggan merasa tidak puas, akan hasil yang diterimanya.

---

<sup>12</sup> Paulus Lilik Kristianto, *Psikologi Pemasaran* (Yogyakarta: CAPS, 2011), hlm. 29

Tadlis dapat dilakukan dalam bentuk kualitas, mutu, harga, pelayanan dan waktu penyerahan. *Tadlis* dalam kualitas contohnya perusahaan menyembunyikan cacat barang yang ditawarkan. *Tadlis* dalam mutu contohnya perusahaan tidak mengatakan kekurangan produk. *Tadlis* dalam harga contohnya memanfaatkan ketidaktahuan pelanggan akan harga, dengan menaikkan harga produk diatas pasar. *Tadlis* dalam mutu pelayanan contohnya tidak melayani pelanggan dengan baik. *Tadlis* dalam waktu penyerahan contohnya penyerahan barang yang tidak sesuai dengan waktu yang dijanjikan.

(2) *Taghrir (Gharar)*

*Gharar* (ketidakpastian) atau disebut juga *Taghrir* adalah hal yang tidak diketahui terhadap akibat satu perkara/transaksi atau ketidakjelasan antara baik dan buruknya suatu produk atau barang. Dimana pelanggan belum mengetahui secara utuh bagaimana kinerja listrik prabayar, sedangkan dalam harapan pelanggan itu sendiri lebih besar dari yang diharapkannya.

(3) *Rekayasa Pasar dalam supply (ikhtikar)*

Rekayasa pasar dalam *supply* terjadi bila perusahaan mengambil keuntungan di atas keuntungan normal dengan cara mengurangi *supply* agar harga produk yang dijual menaik. *Ikhtikar* biasanya dilakukan dengan membuat *entry barrier*, yakni menghambat penjualan lain masuk kepasar, agar menjadi pemain tunggal di

pasar (monopoli). Contohnya PT. PLN akan langsung mencopot listrik pelanggan apabila pelanggan telat bayar dan menggantinya dengan listrik Prabayar.

(4) *Bai najasy*

Rekayasa pasar dalam *demand* terjadi apabila seseorang produsen (pembeli) menciptakan permintaan palsu, seolah-olah ada banyak permintaan terhadap suatu produk sehingga harga jual produk itu akan naik

(5) *Riba*

Riba adalah peningkatan atau tambahan yang diisyaratkan dalam transaksi bisnis tanpa adanya padanan (*iwad*) yang dibenarkan syariah atas penambahan tersebut.<sup>13</sup>

Faktor-faktor Kepuasan Pelanggan.

Menurut Kuswadi Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu :<sup>14</sup>

1. Mutu produk atau jasa

Yaitu mengenai mutu produk atau jasa yang lebih bermutu dilihat dari fisiknya. Contohnya jaringan listrik PT. PLN (Persero) yang cukup luas dan terjangkau.

---

<sup>13</sup> Adiwarmanto A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan* ( Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2013), hlm. 32-36

<sup>14</sup> Saepitika Kencana, “Kualitas, Value, Dan Kepuasan Pelanggan (Dalam Perspektif Industri Jasa)” *Jurnal AB UPN veteran*”, volume 10 N0 5 oktober 2005, hlm .22

## 2. Mutu pelayanan

Berbagai jenis pelayanan akan selalu dikritik oleh pelanggan, tetapi bila pelayanan memenuhi harapan pelanggan maka secara tidak langsung pelayanan dikatakan bermutu. Contohnya pelayanan pengaduan pelanggan yang segera diatasi atau diperbaiki bila ada yang rusak.

## 3. Harga

Harga adalah hal yang paling sensitif untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Pelanggan akan cenderung memilih produk atau jasa yang memberikan penawaran harga lebih rendah dari yang lain. Contohnya bila PT. PLN (Persero) tidak menaikkan tarif listrik maka pelanggan akan memberikan nilai yang baik atau harga yang ditetapkan sesuai dengan fasilitas yang disediakan.

## 4. Waktu penyerahan

Maksudnya bahwa baik pendistribusian maupun penyerahan produk atau jasa dari perusahaan bisa tepat waktu dan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati.

## 5. Keamanan

Pelanggan akan merasa puas bila produk atau jasa yang digunakan ada jaminan keamanannya yang tidak membahayakan pelanggan tersebut.<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup> Ibid., hlm.22

## 6. Mengukur Kepuasan Pelanggan

Ada beberapa metode yang dapat digunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggannya. Ada empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu :

### 1. Sistem Keluhan dan Saran

Industri yang berwawasan pelanggan akan menyediakan formulir bagi pelanggan untuk melaporkan kesukaan dan keluhannya. Selain itu dapat berupa kotak saran dan telepon pengaduan bagi pelanggan. Alur informasi ini memberikan banyak gagasan baik dan industri dapat bergerak lebih cepat untuk menyelesaikan masalah.

### 2. Survei Kepuasan Pelanggan

Industri tidak dapat menggunakan tingkat keluhan sebagai ukuran kepuasan pelanggan. Industri yang responsive mengukur kepuasan pelanggan dengan mengadakan survei berkala, yaitu dengan mengirimkan daftar pertanyaan atau menelpon secara acak dari pelanggan untuk mengetahui perasaan mereka terhadap berbagai kinerja industri. Selain itu ditanyakan tentang kinerja industri saingannya.

### 3. *Ghost Shopping* (Pelanggan Bayangan)

Pelanggan bayangan adalah menyuruh orang berpura-pura menjadi pelanggan dan melaporkan titik-titik kuat maupun titik-titik lemah yang dialami waktu membeli produk dari industri sendiri

maupun industri saingannya. Selain itu pelanggan bayangan melaporkan apakah wiraniaga tersebut menanganinya dengan baik atau tidak.

#### 4. Analisa Pelanggan yang Beralih

Industri dapat menghubungi pelanggan yang tidak membeli lagi atau berganti pemasok untuk mengetahui penyebabnya (apakah harganya tinggi, pelayanan kurang baik, produknya kurang dapat diandalkan dan seterusnya, sehingga dapat diketahui tingkat kehilangan pelanggan).<sup>16</sup>

Menurut Rangkuti, mengukur tingkat kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi melalui dua komponen, antara lain

a. *Desire service*, suatu pelayanan yang diharapkan akan diterima.

Berupa tanggapan pelanggan sebelum menerima pelayanan.

b. *Aduquate service*, suatu pelayanan yang cukup dapat diterima.

Berupa tanggapan pelanggan setelah menerima pelayanan.

Secara umum dapat dikatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan *profit generated* dalam dunia bisnis .secara lebih jelas manfaat dari kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

1. Pelanggan yang puas akan menciptakan pengalamannya kepada teman, saudara ataupun orang lain. Artinya dengan terjadi *word-of-mount positif*, dengan demikian pelanggan tersebut merupakan

---

<sup>16</sup>Nahrawi, *Manajemen jasa terpadu (Total Service Manajement)*, (Bogor Selatan: Ghalia Indonesia, 2004), hlm. 117

promosi yang baik bagi perusahaan dan perusahaan tidak perlu membayarnya.

2. Pelanggan yang tidak puas tidak segan-segan untuk membayar produk/jasa yang dikonsumsi dengan harga yang lebih tinggi. Logikanya pelanggan tidak ingin beresiko mendapatkan pengalaman yang tidak memuaskan apabila pindah mengkonsumsi produk.
3. Perusahaan yang mempunyai ringking kepuasan yang tinggi terlihat lebih mampu menahan kompetisi harga.
4. Pelanggan yang puas tidak akan segan-segan menawarkan ide-ide kreatif kepada perusahaan.
5. Pelanggan yang puas akan melakukan pembelian ulang. Jadi omset penjualan dari pelanggan yang puas relatif bisa diperhitungkan.

Kualitas menurut Goetsch dan Davis dalam buku fandy Tjiptono adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapannya.<sup>17</sup>

Jasa menurut William J. Stanton adalah kegiatan yang dapat diidentifikasi yang bersifat tidak teraba yang direncanakan untuk memenuhi kepuasan pelanggan. Sedangkan menurut Zethaml dan Berry mengidentifikasi 10 faktor penentu kualitas jasa yaitu:

---

<sup>17</sup>Fandi Tjiptono dan Anatasya Diana, *Op. Cit.*, hlm. 4

- a. *Reability*, yaitu konsistensi kerja dan kemampuan untuk *dipercaya*
- b. *Responsiveness*, yaitu kemauan atau persiapan para karyawan untuk memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan
- c. *Competence*, yaitu setiap orang dalam perusahaan memiliki keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat memberikan jasa tertentu.
- d. *Acces*, meliputi kemudahan untuk dihubungi dan ditemui.
- e. *Courtesy*, meliputi sikap sopan santun, respek, perhatian dan keramahan.
- f. *Communication*, yaitu memberikan informasi kepada pelanggan dalam bahasa yang dapat mereka pahami serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan
- g. *Credibility*, yaitu sifat jujur dan dapat dipercaya
- h. *Security*, keamanan dari bahaya, resiko, atau keragu-raguan.
- i. *Understanding/knowing the customer*, yaitu untuk memahami kebutuhan pelanggan.
- j. *Tangibles*, yaitu bukti fisik dari jasa bisa berupa fasilitas dan peralatan.<sup>18</sup>

Konsep kualitas pelayanan merupakan faktor penilaian yang merefleksikan persepsi konsumen terhadap lima dimensi spesifik dari kinerja layanan. Parasuraman menyimpulkan bahwa ada lima dimensi

---

<sup>18</sup>M. Nur Nasution., *Op. Cit*, hlm. 56

ServQual (Service Quality) yang dipakai untuk mengukur kualitas pelayanan, yaitu :

- a. *Tangibles*, atau bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.
- b. *Reliability*, atau keandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- c. *Responsiveness* atau ketanggapan, yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
- d. *Assurance*, atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.
- e. *Emphaty*, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

Menurut Ririn Tri Ratnasari dan Mastuti Aksa dimensi kualitas jasa produk disederhanakan pada lima dimensi yaitu :<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup>Ririn Tri Ratnasari dan Mastuti aksa, *Teori dan kasus manajemen Pemasaran jasa*, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2011), hlm. 107-108

1. *Tangible* (hal-hal yang terlihat) adalah bukti fisik suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Indikator yang dapat diukur dari *tangible* adalah sebagai berikut :

a. Penampilan luar fasilitas fisik perusahaan :

- 1) Kondisi gedung.
- 2) Kondisi sarana penunjang kegiatan sehari-hari.

b. Penampilan dalam perusahaan :

- 1) Kondisi kebersihan.
- 2) Suasana dalam gedung.
- 3) Sirkulasi udara (ventilasi).
- 4) Pencahayaan dalam ruangan.
- 5) Jumlah loket yang tersedia.
- 6) Poster, spanduk atau brosur sebagai sarana penunjang kegiatan perusahaan sehari-hari.

2. *Reliability* (kehandalan)

Dalam unsur ini, pemasar dituntut untuk menyediakan produk/jasa yang handal. Produk/jasa jangan sampai mengalami kerusakan/kegagalan. Dengan kata lain, produk/jasa tersebut selalu baik. Para anggota perusahaan juga harus jujur dalam menyelesaikan masalah sehingga pelanggan tidak merasa ditipu. Selain itu, pemasar juga harus

tepat janji bila menjanjikan sesuatu kepada pelanggan. Sekali lagi perlu diperhatikan bahwa janji bukan sekedar janji, namun janji harus ditepati. Oleh karena itu, *time schedule* perlu disusun dengan teliti. Indikator yang dapat diukur dari Reliability adalah sebagai berikut :

- a. Memberikan pelayanan sesuai janji.
- b. Melakukan pelayanan pada saat pertama.
- c. Menyediakan pelayanan pada waktu yang dijanjikan.

3. *Responsiveness* (ketanggapan)

Restoran cepat saji Mc. Donald's menggunakan jam pengukuran sebagai komitmen untuk melayani pelanggan dengan pelayanan cepat. Bila satu menit telah berlalu dan pelanggan belum menerima menu pesanan, maka pihak restoran akan memberikan bonus menu lain. Para anggota perusahaan juga harus memerhatikan janji spesifik kepada pelanggan. Unsur lain yang juga penting dalam hal cepat tanggap ini adalah anggota perusahaan selalu siap membantu pelanggan. Apapun posisi seseorang dalam perusahaan hendaknya selalu memerhatikan pelanggan yang menghubungi perusahaan. Dalam hal ini bisa diartikan kemampuan menolong konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat. Indikator yang dapat diukur dari *responsiveness* adalah sebagai berikut:

- a) Karyawan cepat tanggap terhadap jasa yang dibutuhkan pelanggan.
- b) Pelayanan yang tepat pada pelanggan.

c) Keinginan untuk membantu pelanggan.<sup>20</sup>

#### 4. *Assurance* (Jaminan)

Pada saat persaingan semakin kompetitif, anggota perusahaan harus tampil lebih kompeten, artinya memiliki pengetahuan dan keahlian di bidang masing-masing. Faktor *security*, yaitu memberikan rasa aman dan terjamin kepada pelanggan merupakan hal yang penting pula. Dalam situasi banyak pesaing, sangatlah beresiko bila menipu pelanggan. Selain itu anggota perusahaan harus bersikap ramah dengan menyapa pelanggan yang datang. Dalam hal ini perilaku para karyawan harus membuat konsumen tenang dan merasa perusahaan dapat menjamin jasa pelayanan yang dibutuhkan pelanggan. Selain kedua faktor yang telah dijelaskan di atas, ada indikator dari pengukuran *Assurance* seperti yang terdapat di bawah ini :

- a. Karyawan memberi tahu konsumen, apa pelayanan yang dibutuhkan konsumen dan akan dikerjakan.
- b. Perilaku karyawan yang memberikan ketenangan bagi konsumen bahwa transaksi yang dilakukannya terjamin.

#### 5. *Empathy* (Empati)

Untuk mewujudkan sikap empati, setiap anggota perusahaan hendaknya dapat mengelola waktu agar mudah dihubungi, baik melalui telepon ataupun bertemu langsung. Dering telepon usahakan maksimum tiga kali, lalu segera dijawab. Ingat, waktu yang dimiliki pelanggan

---

<sup>20</sup> *Ibid.*, hlm. 109

sangat terbatas sehingga tidak mungkin menunggu terlalu lama. Usahakan pula untuk melakukan komunikasi individu agar hubungan dengan pelanggan lebih akrab. Anggota perusahaan juga harus memahami pelanggan, artinya pelanggan terkadang seperti anak kecil yang menginginkan segala sesuatu atau pelanggan terkadang seperti orang tua yang cerewet.<sup>21</sup>

Menurut peneliti kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu:

a. Mutu produk ( listrik Prabayar)

Yaitu produk yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan yaitu lebih hemat energi, lebih praktis dan mudah untuk digunakan.

b. Harga

Harga merupakan suatu standar nilai yang diberikan untuk harga nilai barang. Harga yang diberikan terhadap produk lebih murah dibandingkan dengan listrik metern atau listrik pasca bayar.

c. Keamanan

Adanya jaminan keamanan produk yang tidak membahayakan pelanggan sehingga mereka merasa nyaman memakai produk tersebut.

---

<sup>21</sup>Moenir, As, *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia* ( Bandung: PT. Bumi Aksara, 2006), hlm. 65

d. Mutu pelayanan

Maksudnya keluhan pelayanan yang di sampaikan oleh pelanggan kepada PT. PLN yang segera diatasi oleh Perusahaan. Elemen-elemen kualitas pelayanan yang telah disebutkan diatas, harus diramu dengan baik. Apabila tidak, hal tersebut menimbulkan kesenjangan antara perusahaan dan pelanggan karena perbedaan persepsi tentang wujud pelayanan yang diberikan mengalami perbedaan dengan harapan pelanggan.

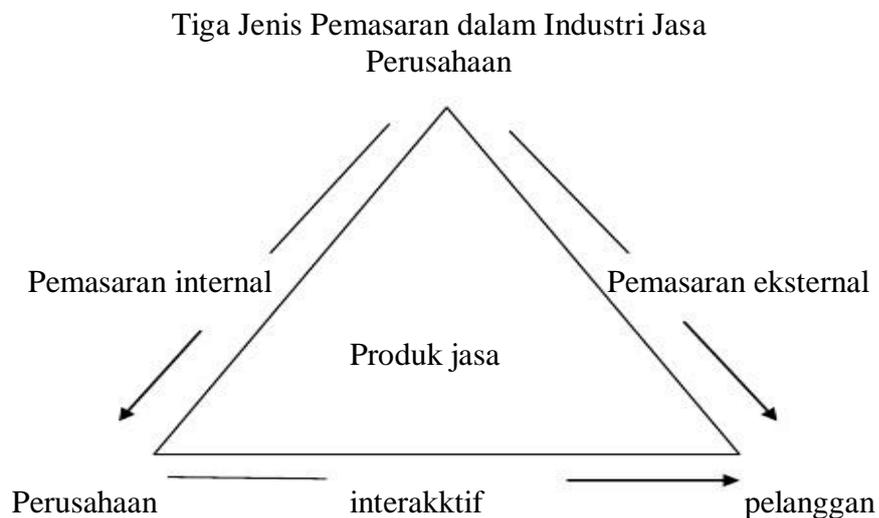
Jika nilai bagi pelanggan adalah kenyamanan maka kepuasan pelanggan akan datang apabila pelayanan yang diperoleh benar- benar dapat membuat konsumen terasa nyaman. Kalau nilai pelanggan adalah harga yang murah maka pelanggan akan puas kepada produsen yang memberikan harga yang paling kompetitif. Jika nilai pelanggan dalam perbankan adalah kemudahan bertransaksi, maka kemudahan lebih dalam bertransaksi financial yang dilakukan. Atau jika nilai pelanggan adalah tingkat *return*. maka tingkat *return* yang tinggilah yang mampu memberikan kepuasan pelanggan.

Menurut Kotler pemasaran produk/jasa yang dihasilkan tidak hanya membutuhkan pemasaran eksternal tetapi juga pemasaran internal dan interaktif. Pemasaran eksternal menggambarkan pekerjaan normal yang dilakukan oleh

perusahaan, menyiapkan pelayanan prima, memberi harga, mendistribusikan dan mempromosikan jasa itu kepada pelanggan.

Pemasaran internal menjelaskan pekerjaan yang dilakukan oleh perusahaan untuk melatih dan memotivasi pegawainya untuk melayani pelanggan dengan baik. Pemasaran interaktif menggambarkan keahlian pegawai dalam melayani pelanggan.

#### **Gambar 2.4. Jenis pemasaran dalam industri jasa**



Untuk memberikan kualitas pelayanan yang baik, sangat penting untuk para Menejer memperhatikan pelanggannya. Untuk menghasilkan orientasi kualitas pelayanan, pelanggan harus merasa seperti hal-hal berikut ini :

- a. Setiap pelanggan adalah orang yang paling penting di setiap bisnis
- b. Pelanggan tidak bergantung kepada produsen, tetapi produsen yang bergantung kepada pelanggan.
- c. Pelanggan tidak mengganggu kerja produsen. pelanggan bertujuan untuk memberi produsen pekerjaan.

- d. Pelanggan adalah manusia, mempunyai perasaan dan emosi.
- e. Pelanggan adalah bagian dari bisnis produsen, bukanlah pihak luar.
- f. Pelanggan membawa produsen pada keinginan pelanggan, dan menjadi tugas produsen untuk melayani pelanggan. Kualitas pelayanan dapat dinilai dari banyak faktor yang berhubungan, di mana kualitas pelayanan dapat dinilai dari persepsi konsumen dalam menikmati barang dan jasa yang ditawarkan kepada konsumen, sehingga yang dirasakan oleh konsumen adalah keinginan yang selalu terpenuhi dan harapan terhadap performa barang dan jasa yang ditawarkan oleh produsen dapat diterima.<sup>22</sup>

## **7. Listrik Prabayar**

### **1. Pengertian listrik Prabayar**

Bentuk inovasi yang diciptakan oleh PT. PLN (Persero) dengan mengeluarkan program listrik pintar. Listrik pintar (Prabayar) adalah inovasi layanan baru yang mulai disosialisasikan sejak tahun 2008 namun baru resmi diluncurkan pada tahun 2009. Dan baru diterapkan di Kota Padangsidempuan pada tahun 2011, Selama ini pelanggan PLN mendapat layanan listrik pasca bayar, yaitu pelanggan menggunakan energi listrik dulu dan membayar belakangan pada bulan berikutnya. Setiap bulan PLN harus mencatat meteran, menghitung dan menerbitkan meteran rekening yang harus dibayar

---

<sup>22</sup>Philip Kotler, *Loc. Cit.*, hlm. 54

oleh pelanggan, melakukan penagihan kepada pelanggan yang terlambat atau tidak membayar rekening jangka waktu tertentu.<sup>23</sup>

Mekanisme tersebut tidak dilaksanakan pada sistem pintar (Prabayar). Pada sistem listrik prabayar pelanggan harus mengeluarkan uang/biaya lebih dahulu untuk membeli energi listrik yang akan dikonsumsinya. Besar energi listrik yang dibeli oleh pelanggan dimasukkan kedalam meter Prabayar (MPB) yang terpasang pada lokasi pelanggan melalui sistem Token (pulsa) atau stroom.

MPB (meter prabayar) menyediakan informasi jumlah energi listrik (kwh) yang masih bisa dikonsumsi. Persediaan kwh tersebut bisa ditambah berapa saja dan kapan saja sesuai kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dengan demikian, pelanggan bisa lebih mudah mengoptimalkan konsumsi listrik dengan mengatur sendiri jadwal dan jumlah pembelian listrik. Dengan menggunakan listrik pintar, pelanggan tidak perlu berurusan dengan pencatatan meter yang biasanya dilakukan setiap bulan, dan tidak perlu terikat dengan jadwal pembayaran listrik Bulanan.

Listrik Prabayar (KWH prabayar) adalah layanan terbaru dari PLN dengan berbagai kelebihan dalam mengatur penggunaan energi listrik melalui meter elektronik prabayar. Inovasi termutakhir yang berorientasi pada kenyamanan pelanggan ini merupakan wujud

---

<sup>23</sup>Jurnal Desta Musriana, *Op. Cit.*, hlm. 70

penghargaan kepada pelanggan PLN. Melalui Listrik Prabayar, Anda lebih leluasa dalam mengendalikan pemakaian listrik, sesuai dengan kebutuhan dan keinginan. Dengan Listrik Prabayar, menggunakan listrik menjadi lebih nyaman dan lebih terkendali. listrik prabayar merupakan suatu cara pemakain aliran listrik dengan membayar terlebih dahulu untuk membeli voucher pulsa listrik sehingga dapat menikmati aliran listrik.

Listrik prabayar dapat dinikmati oleh pelanggan PLN tegangan rendah diseluruh wilayah sumatera utara mulai tahun 2010. Untuk pengajuan pemasangan listrik prabayar pelanggan dapat datang ke loket pelayanan PLN dengan proses sebagai berikut:

1) Kendali PLN

- a. Pelanggan mendaftar
- b. Survey
- c. SIP
- d. Tanda tangan SPJBTL
- e. Copy SLO ( Surat Pernyataan bila SLO belum ada)
- f. Bayar BP dan Token Perdana
- g. Pasang SR dan APPPLus Terminal Bila SLO belum ada

2) Kendali Calon Pelanggan

- a) Pemasangan IML
- b) Pengurusan SLO
- c) Token/ Voucher

Token adalah kode yang dimasukkan ke Meter Listrik Prabayar sehingga dapat menyalurkan sejumlah listrik tertentu ke instalasi konsumen. Token terdiri dari 20 (dua puluh) angka yang bersifat unik, hanya untuk nomor meter prabayar tertentu.<sup>24</sup>

## **2. Keuntungan menggunakan listrik prabayar**

- a) Pelanggan lebih mudah mengendalikan pemakaian listrik melalui meteran elektronik prabayar pelanggan dapat memantau pemakaian listrik sehari-hari dan setiap saat. Di meter tersebut tertera angka sisa pemakaian kwh terakhir. Bila di rasa boros, pelanggan dapat mengerem pemakaian listriknya.
- b) Pemakaian listrik dapat disesuaikan dengan anggaran belanja dengan nilai pulsa listrik (voucher) bervariasi mulai Rp 20.000 s.d Rp 1.000.000 memberi keleluasaan bagi pelanggan dalam membeli listrik sesuai dengan kemampuan dan kebutuhan (lebih terkontrol) dalam mengatur anggaran belanja keluarga.
- c) Privasi lebih terjaga, untuk pelanggan dengan menginginkan kenyamanan lebih, dengan menggunakan listrik pintar tidak perlu menunggu dan membukakan pintu untuk petugas pencatatan meter karena meter prabayar secara otomatis mencatat pemakaian listrik anda (akurat dan tidak ada kesalahan pencatatan meter)

---

<sup>24</sup>Desta Musriana, *Loc. Cit.*, hlm. 80

- d) Tidak terkena biaya keterlambatan, tidak ada lagi biaya tambahan bayar listrik dikarenakan berbagai keterlambatan akibat lupa bayar tagihan listrik.
- e) Jaringan luas pembelian listrik isi ulang, saat ini pembelian pulsa listrik (voucher) pintar sudah bisa didapatkan di lebih dari 30.000 ATM di seluruh Indonesia. Selain itu, bisa juga didapatkan di loket pembayaran listrik online.
- f) Tepat digunakan bagi masyarakat yang memiliki usaha rumah kontrakan kamar sewa (kos) sebagai pemilik rumah atau kamar sewa. Anda tidak perlu khawatir lagi dengan tagihan listrik yang tidak dibayar oleh penghuni rumah kontrakan karena pemakaian listrik sudah menjadi tanggung jawab dan sudah disesuaikan dengan kebutuhan penyewa.

## B. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan listrik Prabayar telah banyak dilakukan peneliti lainnya, antara lain:

**Tabel 2.4 Peneliti terdahulu**

| Nama peneliti        | Judul Penelitian   | Hasil/ Kesimpulan   | Perbedaan penelitian   |
|----------------------|--|---|--|
| Nur Rizka Ayuningsih | Kualitas layanan (inovasi listrik Prabayar) PT. PLN (Persero) Di Wilayah Makassar Timur (jurnal ekonomi, volume 3 no1, Universitas | Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa layanan (inovasi listrik Prabayar) PT. PLN (Persero) di Wilayah Makassar Timur secara keseluruhan sudah menunjukkan kategori baik/berkualitas, namun masih ada sebagian kecil | Dalam penelitian Nur Rizka Ayuningsih adalah untuk melihat kualitas layanan (inovasi listrik Prabayar) PT. PLN (Persero) Di Wilayah Makassar Timur sedangkan dalam penelitian yang diteliti adalah untuk |

|               |   |  |   |
|---------------|---|--|---|
|               | Semarang, Semarang Timur, 2010)   | yang dianggap belum optimal. Dapat dilihat dari 5 dimensi yaitu Dimensi Tangible (Bukti Langsung) Reliability (Keandalan), Responsiveness (Daya Tanggap), Assurance (Jaminan), dan Empati  | mengevaluasi Kepuasan Pelanggan Pengguna Listrik Prabayar Di Kelurahan Sihitang Area Kota Padangsidimpuan   |
| Ismerisa      | Pengaruh Pelayanan Terhadap kepuasan pelanggan (Survey pada pelanggan listrik Prabayar pada PT. PLN (Persero) area Yogyakarta) Skripsi jurusan manajemen, fakultas ekonomi universitas pasundan, 2012 | Kualitas pelayanan listrik pintar berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan artinya apabila naik atau semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) area yogyakarta.   | Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan peneliti terdahulu adalah Peneliti Ismerisa meneliti untuk melihat Pengaruh Pelayanan Kepuasan Pelanggan Listrik Prabayar pada PT. PLN ( Persero) Area Yogyakarta sedangkan peneliti meneliti untuk melihat apakah kinerja listrik prabayar sesuai dengan harapan pelanggan Listrik Prabayar |
| Hilda Susanty | Pengaruh kualitas Produk Prabayar Dan Kinerja karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. PLN (Persero) area Padang Rayon Kuranji (jurnal ekonomi, volume1, padang Rayon Kuranji, 2010)             | Kualitas produk listrik prabayar mempengaruhi kepuasan pelanggan secara parsial dilihat dari hasil hipotesis menunjukkan hasil diperoleh nilai t hitung $> t_{tabel, 6.585} > 1.99$ atau $\text{sig } \alpha (0.000 < 0.05)$ akibatnya $H_0$ di tolak dan $H_a$ diterima sehingga hipotesis alternatif yang diajukan dapat diterima dan terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan listrik prabayar terhadap | Perbedaan penelian yang dilakukan Susanty dengan penelian yang dilakukan adalah peneliti terdahulu meneliti dengan menggunakan Regresi berganda yaitu dengan variabel produk listrik Prabayar( $X_1$ ) dan kinerja karyawan( $X_2$ ) terhadap kepuasan pelanggan( $Y$ ), sedangkan penelian ini adalah untuk  |

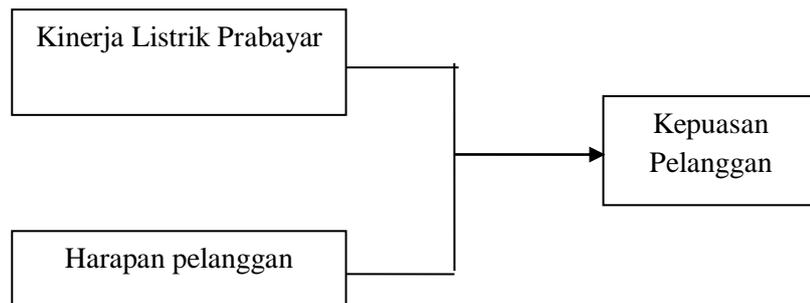
|                  |   |  |  |
|------------------|---|--|--|
|                  |   | kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) area Padang Rayon Kuranji.   | mengevaluasi kepuasan pelanggan pengguna listrik prabayar dan tidak memiliki variabel dalam penelitian karna merupakan penelitian evaluasi.  |
| Friki Duhuriawan | Kualitas Pelayanan Program Listrik Prabayar pada PT. PLN (persero) Surabaya Selatan (studi tentang pelayanan pasang baru listrik prabayar berdasarkan indeks kepuasan pelanggan) (skripsi jurusan administrasi negara, fakultas ilmu sosial dan teknik, universitas pembangunan, Jawa Timur, 2012 | Dari hasil penelitian ini bahwa kualitas pelayanan pasang baru listrik prabayar dengan mutu pelayanan baik. Dan dapat dilihat dari unsur pelayanan tanggung jawab tugas pelayanan, prosedur pelayanan, persyaratan pelayanan, kenyamanan lingkungan, kejelasan petugas pelayanan, unsur kesopanan dan keramahan dan kewajaran biaya pelayanan. | Perbedaan dengan penelitian Friki Duhuriawan adalah peneliti menggunakan indikator penelitiannya adalah mutu produk, mutu layanan, harga, pelayanan teknik dan keamanan, sedangkan peneliti terdahulu meneliti dengan unsur pelayanan tanggung jawab tugas pelayanan, prosedur pelayanan, persyaratan pelayanan, kenyamanan lingkungan, kejelasan petugas pelayanan, unsur kesopanan dan keramahan dan kewajaran biaya pelayanan |

### C. Kerangka Berfikir

Kerangka pemikiran teoritis dalam penelitian ini merupakan dasar unsur teoritis sebagaimana yang diterapkan oleh Tse dan Wilton, menyatakan bahwa ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan

dalam evaluasi ketidaksesuain diskormasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.<sup>25</sup>

**Gambar 2.5 Kerangka pikir**



#### D. Hipotesis

Dalam suatu penelitian hipotesis adalah jawaban sementara yang perlu mendapatkan pengujian lewat penelitian. Suharsimi Arikunto menyatakan bahwa hipotesis adalah jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian sampai terbukti melalui data yang terkumpul.<sup>26</sup> Sementara disisi lain W. Gulo mengatakan bahwa “hipotesis adalah suatu pernyataan pada waktu diungkapkan belum diketahui hasil kebenarannya, tetapi memungkinkan untuk diuji dalam kenyataan empiris.<sup>27</sup> Sehubungan dengan pengamatan dan penelitian peneliti atas permasalahan yang terjadi di atas maka peneliti mengemukakan hipotesis yaitu:

<sup>25</sup>M. Nur Nasution, *Op. Cit.*, hlm. 65

<sup>26</sup>Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), hlm. 71

<sup>27</sup>W. Gulo, *Metodologi Penelitian*, ( Jakarta: PT. Gramedia, 2009), hlm. 57

$H_0$ : “Tidak ada Perbedaan kinerja listrik prabayar dengan harapan pelanggan di Kelurahan Sihitang, Kota Padangsidempuan”.

$H_1$ : “Ada Perbedaan kinerja listrik prabayar dengan harapan pelanggan di Kelurahan Sihitang, Kota Padangsidempuan”

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Lokasi penelitian dan waktu penelitian**

##### **1. Lokasi penelitian**

Untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, maka yang menjadi tempat penelitian adalah kantor PT. PLN (Persero) Area Padangsidimpuan yang beralamat di Jl. Sisimangaraja N0. 11 km. 4 Batunadua dan pelanggan listrik Prabayar yang bertempat tinggal di kelurahan Sihitang, Kota Padangsidimpuan.

##### **2. Waktu penelitian**

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan dari tanggal 19 April s/d 24 Juni 2016, sehingga data yang diperlukan dalam penelitian ini mencukupi.

#### **B. Jenis penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat mendeskripsikan kinerja listrik Prabayar sesuai dengan harapan pelanggan PT. PLN (Persero).

Dalam hal ini peneliti menggunakan penelitian lapangan yaitu dengan meneliti langsung pada obyek yang akan diteliti yaitu pelanggan pengguna listrik Prabayar di Kelurahan Sihitang, Kota Padangsidimpuan.

## C. Populasi dan sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah seluruh kumpulan dari elemen – elemen yang akan dibuat kesimpulan<sup>1</sup>. Sedangkan elemen (unsur) adalah subjek dimana pengukuran akan dilakukan. Besarnya populasi yang akan digunakan dalam suatu penelitian tergantung pada jangkauan kesimpulan yang akan dibuat atau dihasilkan.

Populasi menurut Sugiono adalah : “Wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh pelanggan pengguna listrik Prabayar di Kelurahan Sihitang, Kota Padangsidempuan.

Dari data yang di peroleh dari kantor PLN (Persero) Area Padangsidempuan, jumlah seluruh pelanggan pengguna listrik Prabayar di Kelurahan Sihitang adalah sebanyak 122 Pelanggan.

### 2. Sampel

Sampel adalah bagian kecil yang diambil dari populasi yang diambil menurut prosedur tertentu, data yang diambil adalah dari sampel yang mewakili seluruh populasi. Maka sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative (mewakili).<sup>2</sup>Sedangkan

---

<sup>1</sup>Mudrajad Kuncoro. *Metode Riset Bisnis dan Ekonomi*,( Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010), hlm. 118

<sup>2</sup>Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (Bandung : Alfabeta, 2012) hlm 180

pemilihan sampel penelitian ini ditentukan secara, *random sampling* dengan menjumpai langsung pelanggan pengguna listrik Prabayar di rumah pelanggan. Random sampling adalah penetapan responden dimana semua anggota populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk menjadi responden.

Ukuran sampel didasarkan pada rumus Slovin, untuk menentukan ukuran sampel dari suatu populasi:<sup>3</sup>

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

dimana:

n = Sampel

N = Populasi

e = Tingkat Ketelitian.

Dari rumus diatas dapat diketahui jumlah sampel dari populasi sebanyak 122 pelanggan listrik prabayar pada kelurahan Sihitang.

Dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{122}{1+122 (0.05)^2} = 93,27 \text{ (dibulatkan menjadi 94 pelanggan)}$$

Untuk itu, yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan pengguna listrik prabayar di Kelurahan Sihitang sebanyak 94 pelanggan yang ditentukan secara acak.

---

<sup>3</sup> Syofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, ( Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2014), hlm. 61

#### **D. Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam Penelitian ini adalah Data Primer. Data primer adalah data yang diperoleh dari hasil kuisioner dengan langsung terjun ke lapangan. Dengan menyebarkan angket/kuesioner kepada responden penelitian. Dan yang menjadi objek penelitian ini adalah pelanggan pengguna listrik Prabayar di Kelurahan Sihitang, Kota Padangsidimpuan.

#### **E. Instrumen pengumpulan data**

Sebagai pelengkap dalam pembahasan ini maka diperlukan adanya data atau informasi baik dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan. Peneliti memperoleh data yang berhubungan dengan menggunakan metode sebagai berikut :

- a. Studi Lapangan, untuk memperoleh data primer adalah dengan mengadakan pengamatan langsung di tempat yang dijadikan objek penelitian, menyusun angket/kuesioner yang ditujukan kepada responden yang ditujukan kepada responden yang ditentukan secara random sampling.
- b. Studi Kepustakaan (Library Research) atau studi dokumen, untuk memperoleh pelengkap data dipergunakan studi pustaka yang dilakukan dengan cara membaca, mempelajari, mengutip, dan merangkum data yang berkaitan dengan permasalahan yang akan dibahas.

Angket/kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.<sup>4</sup>Data yang dihimpun melalui angket/kuesioner merupakan data primer (utama) atau sebagai penunjang dalam membahas permasalahan.<sup>5</sup> Sedangkan angket/kuesioner terbuka atau tidak terstruktur adalah kuesioner yang disusun sedemikian rupa sehingga responden bebas mengemukakan pendapatnya.<sup>6</sup>

Pada kisi-kisi angket penelitian, peneliti hendak menggunakan skala *Likert* sebagai skala pengukuran. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.<sup>7</sup> Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *Likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata, yaitu:

Untuk Jawaban kuesioner Harapan pelanggan:

- a. Sangat puas
- b. Puas
- c. Netral/ biasa saja
- d. Tidak puas
- e. Sangat tidak puas<sup>8</sup>

---

<sup>4</sup>Sugiyono, *ibid*, hlm. 199.

<sup>5</sup>P. Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2004), hlm. 56.

<sup>6</sup>Maman Abdurrahman dan Sambas Ali Muhidin, *Panduan Praktis Memahami Penelitian* (Bandung: Pustaka Setia, 2011), hlm. 96-97.

<sup>7</sup>Sugiyono, *Op. Cit.*, hlm. 132.

<sup>8</sup>*Ibid.*, hlm. 133.

Maka dalam penelitian ini, untuk keperluan analisis kuantitatif, setiap jawaban yang diberikan oleh responden akan diberi skor, yaitu:

**Tabel 3. 1 Tabel Pemberian Skor atas Jawaban Responden**

|                      |             |   |
|----------------------|-------------|---|
| a. Sangat puas       | diberi skor | 5 |
| b. Puas              | diberi skor | 4 |
| c. Netral            | diberi skor | 3 |
| d. Kurang puas       | diberi skor | 2 |
| e. Sangat tidak puas | diberi skor | 1 |

Sumber: Maman &Sambas pada Panduan Praktis Memahami Penelitian

Angket pada penelitian ini akan dibuat dalam bentuk *checklist*. Kisi-kisi angket untuk penelitian ini, dapat dilihat pada lampiran.

#### **F. Teknik Analisis Data**

Data yang terkumpul akan dianalisis, baik secara analisa kuantitatif maupun analisis kualitatif. Kedua analisis ini diharapkan dapat saling melengkapi. Kepada responden akan di berikan dua daftar pernyataan, daftar pernyataan pertama berisi gambaran harapan pelanggan pengguna listrik Prabayar. Daftar kedua berisi gambaran kinerja listrik Prabayar.

Daftar pernyataan pertama dan kedua akan diberikan kepada pelanggan pengguna listrik Prabayar, semua pertanyaan menggunakan skala ordinal, dengan pilihan jawaban untuk harapan pelanggan yaitu sangat setuju diberikan skor 5, setuju

diberikan skor 4, kurang setuju diberikan skor 3, tidak setuju diberikan skor 2 dan sangat tidak setuju diberikan skor 1.

Untuk jawaban kinerja listrik prabayar diberikan jawaban seperti: sangat baik diberikan skor 5, Baik diberikan skor 4, kurang baik diberikan skor 3, tidak baik diberikan skor 2 dan sangat tidak baik diberikan skor 1.

Pertanyaan tentang kepuasan pelanggan yang diberikan berdasarkan harapan dan kinerja listrik prabayar terdiri dari 20 item pernyataan yang mengandung 4 indikator yaitu:

- Mutu produk terdiri dari 5 item pernyataan
- Harga terdiri dari 4 item pernyataan
- Mutu pelayanan terdiri dari 6 item pernyataan
- Keamanan terdiri dari 5 item pernyataan.

Kepuasan pelanggan yang dirasakan pelanggan adalah total skor dari indikator, mutu produk, harga, mutu pelayanan, dan keamanan. Setelah data terkumpul akan di analisis dengan menggunakan analisis Uji Beda Dua Rata-rata (*paired samples statistics*), dan analisis statistik deskriptif.

#### **Uji Beda Dua Rata-rata:**

Setelah koefisien rata-rata diperoleh, selanjutnya akan di uji dengan formulasi hipotesis sebagai berikut:

$H_0$ : Tidak ada Perbedaan kinerja listrik Prabayar dengan harapan pelanggan di Kelurahan Sihitang, Kota Padangsidempuan”.

$H_1$ : Ada Perbedaan kinerja listrik Prabayar dengan harapan pelanggan di Kelurahan Sihitang, Kota Padangsidempuan”

Setelah diperoleh nilai  $t_{hitung}$ , selanjutnya dibandingkan dengan  $t_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$  dan  $df = n-2$  untuk pengujian dua pihak, dengan keputusan sebagai berikut:

Pengambilan keputusan atas hipotesis dalam penelitian:

1. Apabila :  $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$ , maka terima  $H_0$

$-t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka tolak  $H_0$

2. Berdasarkan dasar signifikansi, kriterinya adalah:

- Jika signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima
- Jika signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak

## **BAB IV**

### **HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Perusahaan**

##### **1. Sejarah Perusahaan**

Sejarah keberadaan PT PLN (Persero) Wilayah Sumatera Utara berawal dari dimulainya usaha kelistrikan di Sumatera Utara pada tahun 1923, yakni ketika perusahaan swasta Belanda bernama NV NIGEM / OGEM membangun sentral listrik di tanah pertapakan yang saat ini menjadi lokasi kantor PLN Cabang Medan di Jl. Listrik No. 12 Medan. Kemudian menyusul pembangunan kelistrikan di Tanjung Pura dan Pangkalan Brandan pada tahun 1924, di Tebing Tinggi tahun 1927, di Sibolga (oleh NV ANIWM) Berastagi dan Tarutung tahun 1929, di Tanjung Balai tahun 1931, di Labuhan Bilik tahun 1936 dan Tanjung Tiram pada tahun 1937.

Setelah proklamasi kemerdekaan RI tanggal 17 Agustus 1945, bergeraklah aksi karyawan perusahaan listrik di seluruh penjuru tanah air untuk mengambil alih perusahaan listrik bekas milik swasta Belanda dari tangan Jepang. Perusahaan listrik yang diambil alih itu kemudian diserahkan kepada Pemerintah RI yakni kepada Departemen Pekerjaan Umum. Untuk mengenang peristiwa ambil alih itu maka dengan Penetapan Pemerintah No.1 SD/45 ditetapkanlah tanggal 27 Oktober sebagai Hari Listrik.

Dalam suasana hubungan antara Indonesia dan Belanda yang makin memburuk, maka pada tanggal 3 Oktober 1953 terbitlah Surat Keputusan Presiden No. 163 yang memuat ketentuan Nasionalisasi Perusahaan Listrik milik swasta Belanda sebagai bagian dari perwujudan pasal 33 ayat (2) UUD 1945. Setelah aksi ambil alih itu maka sejak tahun 1955 berdiri Perusahaan Listrik Negara Distribusi Cabang Sumatera Utara (yang meliputi daerah Sumatera Timur dan Tapanuli) yang berpusat di Medan.

Pada bulan Maret 1958 dibentuk Penguasa Perusahaan-Perusahaan Listrik dan Gas (P3LG) yang merupakan gabungan antara perusahaan listrik dan perusahaan gas. Dalam perjalanannya, pada tahun 1959 P3LG berubah menjadi Direktorat Jenderal PLN (DDPLN). Pada tanggal 1 Januari 1961 dibentuklah Badan Pimpinan Umum Perusahaan Listrik Negara (BPU –PLN) yang bergerak di bidang listrik, gas dan kokas. Setelah BPU PLN berdiri dengan SK Menteri PUT No. 16/1/20 tanggal 20 Mei 1961, maka organisasi kelistrikan pun berubah. Perusahaan listrik di Sumatera Utara, Aceh, Sumatera Barat dan Riau diubah namanya menjadi PLN Eksploitasi. Pada tanggal 1 Januari 1965, BPU-PLN dibubarkan melalui Peraturan Menteri PUT No. 9 /PRT/64 dan kemudian dibentuklah 2 perusahaan negara yaitu Perusahaan Listrik Negara (PLN) yang mengelola tenaga listrik dan Perusahaan Gas Negara (PGN) yang mengelola gas. Kemudian dengan terbitnya Peraturan Menteri No. 1/PRT/65 ditetapkanlah pembagian daerah kerja PLN secara

nasional menjadi 15 Kesatuan daerah Eksploitasi, dimana PLN Sumatera Utara ditetapkan menjadi PLN Eksploitasi I.

Sebagai tindak lanjut dari pembentukan PLN Eksploitasi I Sumatera Utara tersebut, maka dengan Surat Keputusan Direksi PLN No. KPTS 009/DIRPLN/1966 tanggal 14 April 1966, PLN Eksploitasi I dibagi menjadi empat cabang dan satu sektor, yaitu Cabang Medan, Binjai, Sibolga, dan Pematang Siantar (yang berkedudukan di Tebing Tinggi). Peraturan Pemerintah No. 18 tahun 1972 mengubah bentuk perusahaan menjadi Perusahaan Umum (PERUM) yang isinya mempertegas kedudukan PLN sebagai Perusahaan Umum Listrik Negara dengan hak, wewenang dan tanggung jawab untuk membangkitkan, menyalurkan dan mendistribusikan tenaga listrik ke seluruh Wilayah RI. Dalam Surat Keputusan Menteri PUTL No. 01/PRT/73 menetapkan PLN Eksploitasi I Sumatera Utara diubah menjadi PLN Eksploitasi II Sumatera Utara. Menyusul kemudian terbit Peraturan Menteri PUTL No. 013/PRT/75 yang mengubah PLN Eksploitasi menjadi PLN Wilayah, dimana PLN Eksploitasi II berubah namanya menjadi PLN Wilayah II Sumatera Utara.

Dengan berlakunya undang-undang No. 15 tahun 1985 tentang Ketenagalistrikan, Perusahaan Umum (PERUM) Listrik Negara ditetapkan sebagai Pemegang Kuasa Usaha Ketenagalistrikan (PKUK). Dalam rangka meningkatkan efisiensi dan efektifitas usaha penyediaan tenaga listrik, maka pada tanggal 16 Juni 1994 terbitlah Peraturan

Pemerintah No.23/1994 yang isinya menetapkan status PLN yang berubah dari Perusahaan Umum (PERUM) Listrik Negara dialihkan bentuknya menjadi Perusahaan Perseroan (PERSERO).

Sejak status perusahaan berubah, perkembangan kelistrikan di Sumatera Utara terus mengalami pertumbuhan dan perkembangan yang begitu pesat. Hal ini ditandai dengan semakin bertambahnya jumlah pelanggan, perkembangan fasilitas kelistrikan, kemampuan pasokan listrik dan indikasi-indikasi pertumbuhan lainnya. Untuk mengantisipasi pertumbuhan dan perkembangan kelistrikan Sumatera Utara dimasa mendatang serta sebagai upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan jasa kelistrikan, maka berdasarkan Surat Keputusan Direksi Nomor 078.K/023/DIR/1996 tanggal 8 Agustus 1996, dibentuklah organisasi baru bidang jasa pelayanan kelistrikan yaitu PT PLN (Persero) Pembangkitan dan Penyaluran Sumatera Bagian Utara.

Dengan pembentukan Organisasi baru PT PLN (Persero) Pembangkitan dan Penyaluran Sumatera Bagian Utara yang terpisah dari PT PLN (Persero) Wilayah II, maka fungsi – fungsi pembangkitan dan penyaluran yang sebelumnya dikelola oleh PT PLN (Persero) Wilayah II berpisah tanggung jawab pengelolaannya ke PLN Pembangkitan dan Penyaluran Sumbagut. Sementara itu, PT PLN (Persero) Wilayah II berkonsentrasi pada bidang distribusi dan penjualan tenaga listrik. Pada Tahun 2003 PT PLN (Persero) Wilayah II berubah namanya menjadi PT PLN (Persero) Wilayah Sumatera Utara.

Wilayah Kerja PT PLN (Persero) Wilayah Sumatera Utara meliputi keseluruhan wilayah Provinsi Sumatera Utara dengan luas 71.680,68 km<sup>2</sup> yang terdiri atas 25 Kabupaten dan 8 Kota dengan 417 kecamatan dan 5.856 desa/kelurahan dimana sebagian besar berada di daratan Pulau Sumatera dan sebagian kecil berada di Pulau Nias.

## 2. Visi, Misi, Moto Dan Nilai-nilaiPerusahaan

### a. Visi

Diakui sebagai perusahaan kelas dunia yang bertumbuh kembang, unggul, dan terpercaya dengan bertumpu pada potensi insani.

### b. Misi

- 1) Menjalankan bisnis kelistrikan dan bidang lain yang terkait.
- 2) Menjadikan tenaga listrik sebagai media untuk meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat.
- 3) Mengupayakan agar tenaga listrik menjadi pendorong kegiatan ekonomi.
- 4) Menjalankan kegiatan usaha yang berwawasan lingkungan.

### c. Moto

Listrik untuk Kehidupan yang Lebih Baik (*Electricity for a Better Life*)

### d. Nilai – Nilai PT. PLN (Persero)

Nilai – nilai perusahaan PT. PLN (Persero) yang dapat digunakan sebagai prinsip dalam menjalankan roda organisasi antara lain :

- 1) Jujur
- 2) Integrasi
- 3) Peduli
- 4) Pembelajaran
- 5) Teladan.

### 3. Produk-produk Perusahaan

Produk-produk yang dimiliki oleh organisasi ialah dimulai dari listrik meteran dan listrik Prabayar. Namun didalam penelitian ini lebih terfokus kepada listrik Prabayar dikarenakan listrik meteran sekarang sudah mulai ditiadakan penggunaannya.

### 4. Ruang Lingkup Perusahaan

Ruang lingkup bidang usaha yang ada pada PT.PLN (PERSERO) ada dua, pertama sebagai pembangkit listrik dan yang kedua sebagai penyalur listrik kepada pelanggan yang membutuhkan listrik. Akan tetapi PT.PLN(PERSERO) yang berlokasi di Batunadua hanya sebagai distributor atau sebagai penyaluran listrik saja kepada setiap pelanggannya.

## B. Analisis Statistik Deskriptif

Kuesioner yang di ajukan kepada responden pelanggan listrik Prabayar Terdiri dari 20 butir pernyataan yang mencerminkan kepuasan pelanggan pengguna Listrik Prabayar Di Kelurahan Sihitang.

Keseluruhan pertanyaan pada kuesioner mempunyai empat indikator yaitu mencakup.

- Mutu Produk
- Harga
- Mutu Pelayanan
- Keamanan

Untuk dimensi Mutu Produk ada lima butir pernyataan ( pernyataan 1-5), Pada dimensi Harga ada 4 butir pernyataan ( pernyataan 6-9), dimensi Mutu Pelayanan ada 6 butir pernyataan ( pernyataan 10-15) dan dimensi keamanan ada 5 pernyataan (pernyataan 16-20). Tiap-tiap pernyataan diberikan jawaban Sangat setuju sampai sangat tidak setuju. Masing-masing jawaban responden akan diberikan skor antara 1-5.

Total skor antara Harapan pelanggan ( kuesioner pertama) dengan Kinerja Listrik Prabayar ( Kuesioner kedua) akan dibandingkan.

Apabila total skor Harapan pelanggan sama dengan total skor Kinerja listrik Prabayar, ini berarti pelanggan merasa puas akan

kinerja listrik Prabayar. Sebaliknya kalau total kinerja Listrik Prabayar Lebih rendah dari Pada harapan Pelanggan, maka ini berarti pelanggan tidak puas akan Kinerja listrik Prabayar.

Total skor yang mendekati total harapan pelanggan menunjukkan adanya kepuasan yang dirasakan pelanggan pengguna listrik Prabayar.

Jumlah kuesioner yang disebar sebanyak 94 kuesioner, 30 kuesioner diberikan kepada Pelanggan yang memiliki rumah sendiri dan 64 kuesioner diberikan kepada pelanggan rumah kontrakan dan kos-kosan. Dari jumlah kuesioner yang diberikan kepada pelanggan yang memiliki rumah sendiri, seluruh kuesioner sebanyak 30 kuesioner (100%) telah di isi dan dikembalikan, demikian pula pada seluruh kuesioner yang diberikan kepada rumah kontrakan/kos-kosan sebanyak 64 kuesioner (100%) telah diisi dan dikembalikan.

Jadi jumlah kuesioner yang dikembalikan dan diisi dengan benar adalah 94 kuesioner.

Dalam input data yang pengolahannya menggunakan komputer program SPSS(*Statistical Product and Service Solution*) versi 21, maka hasil pengolahan data untuk statistik deskriptif tampak seperti lampiran dibawah ini:

Tabel 1.4

Total rata-rata masing-masing indikator kepuasan pelanggan pengguna listrik Prabayar berdasarkan Harapan pelanggan dan Kinerja Listrik Prabayar.

| Dimensi        | Harapan Pelanggan |           | Kinerja Listrik Prabayar |           |
|----------------|-------------------|-----------|--------------------------|-----------|
|                | Total             | Rata-rata | Total                    | Rata-rata |
| Mutu Produk    | 1983              | 21,09     | 1942                     | 20,65     |
| Harga          | 1473              | 15,67     | 1469                     | 15,62     |
| Mutu pelayanan | 2321              | 24,69     | 2257                     | 24,01     |
| Keamanan       | 1921              | 20,43     | 1878                     | 19,97     |
| Jumlah         | 7698              |           | 7546                     |           |

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa total skor untuk kinerja listrik prabayar berada dibawah total skor harapan pelanggan pengguna listrik prabayar. Hal ini berarti bahwa kinerja listrik prabayar perlu ditingkatkan lagi dengan cara memberikan pembelajaran kepada masyarakat berupa sosialisasi langsung kepada masyarakat tentang keuntungan dan kemudahan yang di dapatkan pelanggan dari pengguna listrik prabayar, oleh karena itu pelanggan dapat dikatakan kurang puas akan kinerja listrik prabayar.

Untuk masing-masing indikator harapan pelanggan, sesuai tabel diatas, jelas terlihat bahwa kinerja listrik Prabayar masih memiliki skor dibawah harapan pelanggan pengguna listrik Prabayar.

Dari kinerja listrik Prabayar tampak skor per indikator, Mutu produk 20.65, Harga 15.62, Mutu pelayanan 24,01, keamanan 19,91. Dengan demikian dapat diketahui dimensi memiliki rata-rata skor 4 dengan sebutan Baik/ setuju.

### C. Uji Beda Dua Rata-rata

Dari hasil pengolahan dengan komputer menggunakan SPSS versi 21, Uji beda rata-rata sebagai berikut:

#### Rekapitulasi Analisis Uji Beda Dua Rata-rata Atas Harapan Pelanggan

Tabel 1.5

| Indikator      | Nilai ' t' | Signifikan ' t' | Keterangan |
|----------------|------------|-----------------|------------|
| Mutu produk    | 54,876     | -000            | Signifikan |
| Harga          | 29,322     | -000            | Signifikan |
| Mutu pelayanan | 63,901     | -000            | Signifikan |
| Keamanan       | 53,134     | -000            | Signifikan |
| Keterangan     | 83,746     | -000            | Signifikan |

Dari tabel diatas dapat diketahui harapan pelanggan ada perbedaan signifikan, baik secara total, maupun per indikator antara harapan pelanggan dibandingkan dengan kinerja listrik Prabayar, dimana kepuasan

pelanggan akan kinerja listrik Prabayar masih lebih rendah dibandingkan dengan Harapan pelanggan pengguna listrik Prabayar.

#### Rekapitulasi Analisis Uji Beda Rata-rata

##### Atas kinerja Listrik Prabayar

Tabel 1.6

| Indikator      | Nilai 't' | signifikan 't' | Keterangan |
|----------------|-----------|----------------|------------|
| mutu produk    | 88,434    | -000           | Signifikan |
| Haraga         | 63,351    | -000           | signifikan |
| Mutu Pelayanan | 69,849    | -000           | signifikan |
| Keamanan       | 73,957    | -000           | signifikan |
| Keterangan     | 99,830    | -000           | signifikan |

Dari tabel diatas dapat diketahui kepuasan pelanggan bahwa ada perbedaan signifikan, baik secara total maupun per dimensi antara kinerja listrik Prabayar dengan harapan pelanggan, dimana kinerja listrik Prabayar dipersepsikan lebih rendah dibanding harapan pelanggan.

Harapan pelanggan terhadap kinerja listrik Prabayar

Number of valid observation (listwise) = 94.00

| Descriptive Statistics   |    |         |         |         |                |
|--------------------------|----|---------|---------|---------|----------------|
|                          | N  | Minimum | Maximum | Mean    | Std. Deviation |
| mutu_produk1             | 94 | 3       | 5       | 4,32    | ,608           |
| mutu_produk2             | 94 | 2       | 5       | 4,10    | ,704           |
| mutu_produk3             | 94 | 1       | 5       | 4,09    | ,876           |
| mutu_produk4             | 94 | 1       | 5       | 4,41    | ,795           |
| mutu_produk5             | 94 | 1       | 5       | 4,18    | ,687           |
| harga6                   | 94 | 1       | 5       | 3,72    | 1,149          |
| harga7                   | 94 | 1       | 5       | 3,79    | 1,056          |
| harga8                   | 94 | 1       | 5       | 4,13    | ,930           |
| harga9                   | 94 | 1       | 5       | 4,03    | ,897           |
| mutu_pelayanan10         | 94 | 2       | 5       | 4,17    | ,616           |
| mutu_pelayanan11         | 94 | 1       | 5       | 4,12    | ,853           |
| mutu_pelayanan12         | 94 | 3       | 5       | 4,37    | ,639           |
| mutu_pelayanan13         | 94 | 1       | 5       | 4,07    | ,833           |
| mutu_pelayanan14         | 94 | 2       | 5       | 4,14    | ,697           |
| mutu_pelayanan15         | 94 | 1       | 5       | 3,82    | ,892           |
| keamanan16               | 94 | 1       | 5       | 4,21    | ,731           |
| keamanan17               | 94 | 2       | 5       | 4,06    | ,787           |
| keamanan18               | 94 | 2       | 5       | 4,19    | ,676           |
| keamanan19               | 94 | 1       | 5       | 4,15    | ,761           |
| keamanan20               | 94 | 1       | 5       | 3,82    | ,904           |
| total_mutuproduk         | 94 | 10,00   | 25,00   | 21,0957 | 2,58228        |
| total_harga              | 94 | 4,00    | 20,00   | 15,6702 | 3,03878        |
| total_mut.pel            | 94 | 15,00   | 30,00   | 24,6915 | 2,76315        |
| total_keamanan           | 94 | 13,00   | 25,00   | 20,4362 | 2,54659        |
| Total_kepuasan_pelanggan | 94 | 55,00   | 96,00   | 81,8936 | 8,73070        |
| Valid N (listwise)       | 94 |         |         |         |                |

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa variabel total mutu produk dengan jumlah data(N) sebanyak 94 mempunyai rata-rata skor 21,10 %, dengan nilai minimal skor 10.00 dan maksimal 25.00 sedangkan standar deviasinya sebesar 2, 58228. Variabel harga mempunyai jumlah data(N)

94 mempunyai mempunyai rata-rata skor 15,67% dengan nilai standar minimal 4.00 dan maksimal 20.00 sedangkan nilai standar deviasinya 303878. variabel mutu pelayanan mempunyai jumlah data (N) 94 dengan nilai rata-rata per skor 24, 06%, dengan nilai minimal 15.00 dan maksimal 30.00 sedangkan nilai standar deviasinya sebesar 2,76315. Variabel keamanan mempunyai jumlah data(N) 94 dengan nilai rata-rata total skor 20,43 % dengan nilai minimal 13.00 dan maksimal 25.00, sedangkan nilai standar deviasinya sebesar 2,54659 untuk total skor seluruh variabel mempunyai jumlah data (N) 94 dengan nilai rata-rata skor 81,89%, dengan nilai minimal 55.00 dan maksimal 96.00, sedangkan nilai standar deviasinya sebesar 7,73070. Dengan nilai kevalidtan N data sebanyak 94.

kinerja listrik Prabayar

Number of valid observation (listwise) = 92.00

**Descriptive Statistics**

|                    | N  | Minimum | Maximum | Mean    | Std. Deviation |
|--------------------|----|---------|---------|---------|----------------|
| mutu_produk1       | 94 | 3       | 5       | 4,24    | ,562           |
| mutu_produk2       | 94 | 2       | 5       | 4,04    | ,671           |
| mutu_produk3       | 94 | 1       | 5       | 3,98    | ,803           |
| mutu_produk4       | 94 | 1       | 5       | 4,26    | ,789           |
| mutu_produk5       | 94 | 3       | 5       | 4,14    | ,615           |
| harga6             | 94 | 1       | 5       | 3,77    | 1,031          |
| harga7             | 94 | 1       | 5       | 3,73    | ,952           |
| harga8             | 94 | 1       | 5       | 4,18    | ,775           |
| harga9             | 93 | 1       | 5       | 3,99    | ,744           |
| mutu_pelayanan10   | 93 | 2       | 5       | 4,08    | ,679           |
| mutu_pelayanan11   | 94 | 1       | 5       | 4,05    | ,872           |
| mutu_pelayanan12   | 94 | 3       | 5       | 4,32    | ,590           |
| mutu_pelayanan13   | 94 | 1       | 5       | 3,99    | ,823           |
| mutu_pelayanan14   | 94 | 2       | 5       | 4,03    | ,710           |
| mutu_pelayanan15   | 94 | 1       | 5       | 3,78    | ,869           |
| keamanan16         | 94 | 1       | 5       | 4,18    | ,718           |
| keamanan17         | 94 | 2       | 5       | 3,99    | ,796           |
| keamanan18         | 94 | 2       | 5       | 3,99    | ,696           |
| keamanan19         | 94 | 2       | 5       | 4,03    | ,740           |
| keamanan20         | 94 | 1       | 5       | 3,79    | 1,036          |
| total_mutuproduk   | 94 | 13,00   | 25,00   | 20,6596 | 2,26499        |
| total_harga        | 94 | 7,00    | 20,00   | 15,6277 | 2,39167        |
| total_mut.pel      | 94 | 4,00    | 29,00   | 24,0106 | 3,33278        |
| total_keamanan     | 94 | 13,00   | 25,00   | 19,9787 | 2,61911        |
| Total              | 94 | 58,00   | 95,00   | 80,2766 | 7,79634        |
| Valid N (listwise) | 92 |         |         |         |                |

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa variabel total mutu produk dengan jumlah data(N) sebanyak 94 mempunyai rata-rata skor 20,66 %, dengan nilai minimal skor 13.00 dan maksimal 25.00 sedangkan standar deviasinya sebesar 2, 26499. Variabel harga mempunyai jumlah data(N)

94 mempunyai mempunyai rata-rata skor 15,63% dengan nilai standar minimal 7.00 dan maksimal 20.00 sedangkan nilai standar deviasinya 2, 39167. variabel mutu pelayanan mempunyai jumlah data (N) 94 dengan nilai rata-rata per skor 24, 01%, dengan nilai minimal 4.00 dan maksimal 29.00 sedangkan nilai standar deviasinya sebesar 3,3278. Variabel keamanan mempunyai jumlah data(N) 94 dengan nilai rata-rata total skor 19,98% dengan nilai minimal 13.00 dan maksimal 25.00, sedangkan nilai standar deviasinya sebesar 2,61911. Untuk total skor seluruh variabel mempunyai jumlah data (N) 94 dengan nilai rata-rata skor 80,28%, dengan nilai minimal 58.00 dan maksimal 95.00, sedangkan nilai standar deviasinya sebesar 7,79634. Dengan nilai kevalidtan N data sebanyak 92.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dari hasil dan penelitian dan pembahasan yang dilakukan terhadap kepuasan pelanggan pengguna listrik Prabayar di Kelurahan Sihitang, maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan Hasil Uji Hipotesis, berdasarkan perbandingan antara  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ , ternyata  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,542 > 1,986$ ), maka  $H_0$  ditolak, artinya ada perbedaan kepuasan pelanggan listrik Prabayar dan harapan pelanggan di Kelurahan Sihitang, Kota Padangsidempuan.
2. Berdasarkan kepuasan pelanggan pengguna listrik Prabayar, ternyata ada perbedaan harapan pelanggan pengguna listrik Prabayar terhadap kinerja listrik Prabayar, dapat dilihat dari total skor harapan pelanggan  $>$  besar dari total skor kinerja listrik Prabayar di Kelurahan Sihitang, kota Padangsidempuan ( $7698 > 7546$ ). Maka harapan pelanggan listrik Prabayar lebih tinggi dari pada kinerja listrik Prabayar. Oleh karena itu dapat dikatakan pelanggan masih merasa kurang puas akan kinerja listrik Prabayar.
3. Berdasarkan hasil uji beda dua rata-rata ternyata ada perbedaan signifikan, baik secara total maupun per indikator antara harapan pelanggan dengan kinerja listrik Prabayar, dimana kinerja listrik

prabayar masih kurang baik dirasakan pelanggan atas harapan yang ia inginkan, sehingga pelanggan kurang puas akan kinerja yang diberikan listrik prabayar, namun cukup baik atau tidak buruk.

4. Berdasarkan hasil uji beda rata-rata antara harapan pelanggan dengan kinerja listrik prabayar, ternyata ada perbedaan signifikan antara harapan pelanggan dengan kinerja listrik prabayar tampak dari besar  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,542 > 1,986$ ), maka  $H_0$  ditolak, artinya bahwa rata-rata harapan pelanggan berbeda dengan kinerja listrik prabayar. hasil  $t_{hitung}$  positif menunjukkan bahwa rata-rata  $t_{hitung}$  lebih tinggi dari kinerja listrik prabayar sehingga dapat dikatakan pelanggan kurang puas.

## **B. SARAN**

1. Dari sudut pandang pelanggan bahwa kinerja listrik prabayar jauh dibawah skor total harapan pelanggan, oleh karena itu perlu dilakukan upaya-upaya peningkatan pelayanan berupa sosialisasi kepada masyarakat/pelanggan akan kinerja listrik prabayar sehingga dapat memberikan kemudahan, kenyamanan dan keamanan pelanggan guna untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Ada ungkapan yang mengatakan konsumen adalah raja, artinya konsumen/pelanggan itu sangat penting bagi perusahaan. Pelanggan ingin hak nya dipenuhi oleh perusahaan sehingga

pelanggan merasa puas akan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

3. Dalam meningkatkan kualitas pelayanan, pelanggan perlu di ajak untuk sumbang saran (*open house*) agar pelanggan merasa dilayani dengan baik oleh Perusahaan.
4. Perusahaan sebaiknya harus memberikan pelayanan yang baik akan kinerja listrik parbayar, dengan cepat tanggap akan keluhan yang dirasakan pelanggan sehingga pelanggan merasa di hargai haknya dan merasa puas akan pelayanan yang diberikan perusahaan kepada pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi , *Manajemen Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta, 2009.
- A. Karim, Adiwarmanto, *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2013
- As, Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*, Bandung: PT. Bumi Aksara, 2006.
- Abdurrahman, Nana Herdiana, *Manajemen Bisnis Syariah & Kewirausahaan*, Bandung: CV. Pustaka Setia, 2013.
- Abdurrahman, Maman dan Sambas Ali Muhidin, *Panduan Praktis Memahami Penelitian* (Bandung, Pustaka Setia, 2011).
- Alma, Buchori, *Pengantar Bisnis*, Edisi Revisi, Bandung : Alfabeta, 2008.
- Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahannya, Mushaf Al-Qur'an, Al-Kahfi (Jawa Barat: CV. Diponegoro), 2012.
- Gulo,W, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: PT. Gramedia: 2009.
- P. Joko, Subagiyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktik*, Jakarta:PT. Rineka Cipta, 2004
- Paulus Lilik Kristianto, *Psikologi pemasaran*, Yogyakarta: CAPS, 2011
- Keller, Phillip Kotler, *Manajemen Pemasaran* Edisi Kedua Belas jilid 1, Jakarta: PT.Macanan Jaya cemerlang, 2006.
- Kuncoro, Mudrajad, *Metode Riset Bisnis dan Ekonomi* , Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010.
- Nahrawi , *Manajemen jasa terpadu (Total Service Management)*, Bogor Selatan: Ghalia Indonesia, 2004.
- Nur, M. Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu*, Bogor Selatan: Ghalia Indonesia, 2004
- Rianto, M. Nur Al arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Saepitika Kencana, “*Kualitas, Value Dan Kepuasan Pelanggan (Dalam Perspektif Industri Jasa)*, Jurna AB UPN Veteran, Yogyakarta, 2005.

Sarwono, Jonathan, *Rumus-rumus Dalam SPSS 22 Untuk Riset Skripsi*, Yogyakarta: Cv. Andi, 2015.

Siregar, Sofyan, *Statistik Parametrik Untuk penelitian Kuantitatif*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2014.

Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, Bandung : Alfabeta, 2012.

Tjiptono, Fandi dan Anatasya Diana, *Total Quality Manajemen*, Yogyakarta: PT. Perkasa Jaya, 2007.

Tri Ratnasari, Ririn dan Mastuti Aksa, *Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.

Reference of Jurnal dan Skripsi:

Desta Musriana “ Studi Tentang Pelayanan Konsumen Prabayar Voucher Listrik Di Kecamatan Samarinda Seberang”., *Dalam Jurnal ilmu Pemerintahan*, Volume 3, Nomor 1 April 2015.

Friki Dhuriawan. Kualitas Pelayanan Program Listrik Prabayar pada PT. PLN (persero) Surabaya Selatan (studi tentang pelayanan pasang baru listrik prabayar berdasarkan indeks kepuasan pelanggan) (skripsi jurusan administrasi negara, fakultas ilmu sosial dan teknik, universitas pembangunan, Jawa Timur, 2012

Hilda susanty, Pengaruh kualitas Produk Prabayar Dan Kinerja karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. PLN (Persero) area Padang Rayon Kuranji (jurnal ekonomi, volume1, padang Rayon Kuranji, 2010)

Ismerisa, Pengaruh Pelayanan Terhadap kepuasan pelanggan (Survey pada pelanggan listrik Prabayar pada PT. PLN (Persero) area Yogyakarta)Skripsi jurusan manajemen, fakultas ekonomi universitas pasundan, 2012

Nur Rizka ayuningsi, Kualitas layanan (inovasi listrik prabayar) PT. PLN (Persero) Di Wilayah Makassar Timur (jurnal ekonomi, volume 3 no1, Universitas Semarang, Semarang Timur, 2010).

# CURRICULUM VITAE



## DATA PRIBADI

Nama : Sangkot Ibrahim Nasution  
Tempat, Tanggal Lahir : Padangsidimpuan, 07 Maret 1993  
Alamat : Jln. HT. Rizal Nurdin KM. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan Tenggara  
Alamat Email : SangkotIbrahim\_Nasty.com  
Jenis Kelamin : Laki-Laki  
Agama : Islam  
Status : Belum Kawin  
Tinggi / Berat badan : 162 cm / 56 kg  
Kesehatan : Baik  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Telepon : - 085272303718  
-085761471994

## DATA PENDIDIKAN

SD / Angkatan : SD Negeri 01 Padangsidimpuan/2006  
SLTP/ Angkatan : SMP Negeri 05 Padangsidimpuan/2009  
SMA/ Angkatan : SMA Negeri 03 Padangsidimpuan/2012  
Perguruan Tinggi : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Konsentrasi : Manajemen Bisnis

### Lampiran 3 Tabulasi Uji Coba Instrumen Penelitian

#### Tabulasi Uji Coba Instrumen Penelitian Harapan Pelanggan

| HARAPAN PELANGGAN |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |
|-------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|
| TANGGAPAN         |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |
| NO                | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | Tot |
| 1                 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5  | 3  | 5  | 5  | 5  | 3  | 3  | 5  | 5  | 5  | 5  | 96  |
| 2                 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 80  |
| 3                 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 77  |
| 4                 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 80  |
| 5                 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 80  |
| 6                 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 77  |
| 7                 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 2 | 2 | 4 | 2 | 4  | 4  | 4  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 67  |
| 8                 | 5 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 | 5 | 4 | 5  | 5  | 3  | 5  | 5  | 5  | 4  | 3  | 5  | 5  | 4  | 83  |
| 9                 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 2 | 3 | 5  | 5  | 5  | 5  | 4  | 5  | 5  | 5  | 3  | 5  | 2  | 85  |
| 10                | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 3 | 1 | 4  | 1  | 4  | 5  | 3  | 4  | 5  | 2  | 5  | 5  | 3  | 76  |
| 11                | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4  | 5  | 5  | 5  | 4  | 4  | 5  | 3  | 4  | 4  | 4  | 88  |
| 12                | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 1 | 2 | 2 | 4  | 3  | 4  | 2  | 4  | 4  | 4  | 5  | 4  | 1  | 4  | 68  |
| 13                | 3 | 2 | 4 | 1 | 3 | 2 | 2 | 4 | 4 | 3  | 1  | 3  | 2  | 3  | 3  | 4  | 3  | 2  | 3  | 3  | 55  |
| 14                | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 80  |
| 15                | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5  | 5  | 5  | 4  | 4  | 5  | 5  | 4  | 5  | 4  | 4  | 90  |
| 16                | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 5  | 5  | 5  | 5  | 81  |
| 17                | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 73  |
| 18                | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 5  | 4  | 4  | 3  | 4  | 2  | 4  | 4  | 4  | 4  | 2  | 78  |
| 19                | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 3 | 4  | 5  | 5  | 5  | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 3  | 2  | 80  |
| 20                | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 2 | 3  | 4  | 4  | 4  | 2  | 3  | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 67  |
| 21                | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5  | 5  | 4  | 4  | 4  | 4  | 5  | 5  | 5  | 5  | 4  | 87  |
| 22                | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5  | 5  | 5  | 4  | 5  | 5  | 4  | 5  | 5  | 4  | 5  | 86  |
| 23                | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3  | 4  | 5  | 5  | 4  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 69  |
| 24                | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4  | 5  | 5  | 5  | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 83  |
| 25                | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4  | 5  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 5  | 4  | 4  | 84  |
| 26                | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 2  | 4  | 4  | 4  | 74  |
| 27                | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4  | 2  | 4  | 4  | 4  | 3  | 4  | 2  | 3  | 4  | 5  | 76  |
| 28                | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5  | 3  | 5  | 4  | 4  | 4  | 5  | 3  | 4  | 4  | 3  | 79  |
| 29                | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 2 | 4 | 4 | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 75  |
| 30                | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 1 | 1 | 4 | 4 | 4  | 4  | 4  | 5  | 4  | 4  | 5  | 4  | 4  | 5  | 5  | 81  |
| 31                | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5  | 4  | 4  | 3  | 4  | 3  | 2  | 4  | 3  | 4  | 1  | 71  |
| 32                | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 2 | 5 | 4 | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 85  |
| 33                | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4  | 5  | 5  | 3  | 5  | 4  | 4  | 5  | 4  | 5  | 4  | 89  |
| 34                | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5  | 5  | 4  | 5  | 4  | 4  | 5  | 4  | 4  | 5  | 4  | 89  |
| 35                | 4 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5  | 4  | 5  | 4  | 5  | 4  | 5  | 4  | 5  | 4  | 5  | 64  |
| 36                | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 2 | 5 | 4 | 3  | 5  | 5  | 5  | 5  | 1  | 5  | 5  | 5  | 4  | 4  | 83  |
| 37                | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 1 | 3 | 4  | 2  | 5  | 5  | 4  | 3  | 4  | 3  | 4  | 2  | 1  | 69  |
| 38                | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 2 | 4 | 4 | 4  | 4  | 4  | 2  | 4  | 1  | 4  | 3  | 4  | 4  | 3  | 68  |

|    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 39 | 4 | 4 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 1 | 1 | 5 | 5 | 5 | 1 | 78 |
| 40 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 79 |
| 41 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 77 |
| 42 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 75 |
| 43 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 2 | 74 |
| 44 | 3 | 2 | 2 | 4 | 4 | 1 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 66 |
| 45 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 66 |
| 46 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 62 |
| 47 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 96 |
| 48 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 1 | 1 | 1 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 59 |
| 49 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 86 |
| 50 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 94 |
| 51 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 85 |
| 52 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 89 |
| 53 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 95 |
| 54 | 4 | 2 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 73 |
| 55 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 92 |
| 56 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 1 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 87 |
| 57 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 90 |
| 58 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 89 |
| 59 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 80 |
| 60 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 86 |
| 61 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 93 |
| 62 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 91 |
| 63 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 92 |
| 64 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 92 |
| 65 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 89 |
| 66 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 89 |
| 67 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 91 |
| 68 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 91 |
| 69 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 96 |
| 70 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 93 |
| 71 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 95 |
| 72 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 85 |
| 73 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 82 |
| 74 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 81 |
| 75 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 82 |
| 76 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 84 |
| 77 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 80 |
| 78 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 81 |
| 79 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 81 |
| 80 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 86 |
| 81 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 84 |
| 82 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 86 |
| 83 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 84 |
| 84 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 85 |
| 85 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 88 |
| 86 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 81 |



## Tabulasi Uji coba Instrumen Penelitian

### Kinerja listrik Prabayar

| KINERJA LISTRIK PRABAYARA |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |
|---------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|
| TANGGAPAN                 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |
| NO                        | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | TOT |
| 1                         | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4  | 3  | 5  | 4  | 5  | 3  | 3  | 5  | 4  | 4  | 5  | 86  |
| 2                         | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 80  |
| 3                         | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 79  |
| 4                         | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 82  |
| 5                         | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 80  |
| 6                         | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 77  |
| 7                         | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 2 | 2 | 5 | 4 | 5  | 5  | 5  | 4  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 86  |
| 8                         | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4  | 5  | 3  | 5  | 5  | 5  | 4  | 3  | 5  | 5  | 4  | 85  |
| 9                         | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5  | 5  | 5  | 4  | 5  | 5  | 5  | 5  | 3  | 5  | 3  | 89  |
| 10                        | 5 | 4 | 2 | 1 | 3 | 5 | 5 | 3 | 1 | 4  | 1  | 4  | 5  | 3  | 4  | 5  | 2  | 5  | 5  | 3  | 70  |
| 11                        | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4  | 4  | 5  | 5  | 2  | 3  | 5  | 4  | 3  | 5  | 5  | 81  |
| 12                        | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 1 | 4 | 3 | 4  | 3  | 4  | 2  | 4  | 4  | 4  | 5  | 3  | 4  | 4  | 72  |
| 13                        | 3 | 2 | 4 | 1 | 3 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4  | 1  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 58  |
| 14                        | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4  | 3  | 4  | 5  | 5  | 4  | 4  | 2  | 3  | 2  | 5  | 75  |
| 15                        | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4  | 5  | 4  | 4  | 5  | 4  | 4  | 5  | 5  | 5  | 4  | 89  |
| 16                        | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 5  | 5  | 5  | 5  | 81  |
| 17                        | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 76  |
| 18                        | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 5  | 4  | 4  | 3  | 4  | 2  | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 79  |
| 19                        | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4  | 4  | 5  | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 3  | 2  | 78  |
| 20                        | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 1 | 4 | 1 | 2  | 4  | 4  | 4  | 2  | 3  | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 64  |
| 21                        | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 1 | 4 | 5 | 4 | 5  | 5  | 4  | 4  | 4  | 4  | 5  | 5  | 5  | 5  | 4  | 82  |
| 22                        | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5  | 4  | 5  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 83  |
| 23                        | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3  | 4  | 4  | 5  | 4  | 3  | 4  | 3  | 3  | 4  | 3  | 70  |
| 24                        | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4  | 5  | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 77  |
| 25                        | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4  | 5  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 5  | 4  | 4  | 84  |
| 26                        | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 75  |
| 27                        | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 2 | 4 | 5 | 3 | 4  | 2  | 4  | 4  | 4  | 3  | 4  | 2  | 3  | 4  | 5  | 74  |
| 28                        | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5  | 3  | 5  | 4  | 4  | 4  | 5  | 3  | 4  | 4  | 3  | 82  |
| 29                        | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 78  |
| 30                        | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5  | 4  | 5  | 4  | 4  | 4  | 5  | 3  | 4  | 4  | 5  | 85  |
| 31                        | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4  | 3  | 5  | 3  | 4  | 2  | 4  | 2  | 4  | 4  | 3  | 70  |
| 32                        | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5  | 5  | 5  | 4  | 5  | 4  | 4  | 4  | 4  | 5  | 4  | 84  |
| 33                        | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4  | 5  | 5  | 3  | 4  | 5  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 88  |
| 34                        | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5  | 5  | 4  | 5  | 4  | 4  | 5  | 4  | 4  | 5  | 4  | 90  |
| 35                        | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4  | 5  | 4  | 5  | 4  | 5  | 5  | 5  | 4  | 5  | 5  | 85  |
| 36                        | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 2 | 5 | 5 | 3  | 4  | 5  | 5  | 4  | 2  | 5  | 5  | 4  | 4  | 5  | 82  |
| 37                        | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 1 | 3 | 4  | 2  | 5  | 5  | 4  | 2  | 4  | 2  | 4  | 2  | 1  | 67  |
| 38                        | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 2 | 4 | 4 | 4  | 4  | 4  | 3  | 4  | 2  | 4  | 3  | 4  | 4  | 3  | 70  |
| 39                        | 5 | 4 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5  | 5  | 5  | 1  | 5  | 1  | 1  | 5  | 5  | 5  | 1  | 79  |
| 40                        | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 3  | 5  | 5  | 3  | 3  | 2  | 5  | 4  | 4  | 4  | 2  | 76  |

|    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 41 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 82 |
| 42 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 78 |
| 43 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 74 |
| 44 | 3 | 2 | 2 | 4 | 4 | 1 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 66 |
| 45 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 67 |
| 46 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 1 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 66 |
| 47 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 89 |
| 48 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 70 |
| 49 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 81 |
| 50 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 94 |
| 51 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 88 |
| 52 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 84 |
| 53 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 95 |
| 54 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 77 |
| 55 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |   | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 86 |
| 56 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 2 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 86 |
| 57 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 88 |
| 58 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 88 |
| 59 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 82 |
| 60 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 84 |
| 61 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 92 |
| 62 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 85 |
| 63 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 88 |
| 64 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 90 |
| 65 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 90 |
| 66 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 89 |
| 67 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 90 |
| 68 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 93 |
| 69 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 94 |
| 70 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 93 |
| 71 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 92 |
| 72 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 85 |
| 73 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 81 |
| 74 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 81 |
| 75 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 83 |
| 76 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 77 |
| 77 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 83 |
| 78 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 79 |
| 79 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 78 |
| 80 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 60 |
| 81 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 | 3 | 70 |
| 82 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 81 |
| 83 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 81 |
| 84 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 1 | 75 |
| 85 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 | 4 | 3 | 5 | 4 | 79 |
| 86 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 | 3 | 82 |
| 87 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 75 |
| 88 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 77 |

|    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 89 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 74 |
| 90 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 1 | 76 |
| 91 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 4 | 74 |
| 92 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 76 |
| 93 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 77 |
| 94 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 2 | 76 |



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS  
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademik Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Sangkot Ibrahim  
Nim : 122300252  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Karya : Skripsi

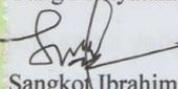
Demi pengembangan Ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (No-Exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **"EVALUASI KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA LISTRIK PRABAYAR DI KELURAHAN SIHITANG, KOTA PADANGSIDIMPUAN"**. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai Pemilik hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Padangsidempuan, 8 September 2016

Yang Menyatakan,



  
Sangkot Ibrahim  
122300252



INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jalan T.Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Padangsidempuan 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : B-757 /In.14/G/TL.00/04/2016  
Lamp. : -  
Hal : Mohon Izin Riset

Padangsidempuan, 19 April 2016

Kepada  
Yth. Pimpinan PT. PLN (Persero)  
Kota Padangsidempuan  
di-  
Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan menerangkan bahwa:

Nama : Sangkot Ibrahim  
NIM : 12 230 0252  
Semester : VIII (Delapan)  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah

Adalah benar Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul " **Evaluasi Kepuasan Pelanggan Pengguna Listrik Prabayar pada PT. PLN (Persero) Kota Padangsidempuan** ".

Sehubungan dengan itu, dimohon bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan izin riset dan data sesuai dengan maksud judul di atas.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerja sama yang baik diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Dekan,

H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag  
NIP.19731128 200112 1 001



WILAYAH SUMATERA UTARA  
ARÉA PADANGSIDIMPUAN

an Sisingamangaraja No. 11 KM. 4 Batu Nadua

pon : (0634) 23104 - 23105 - 23106 - 23032 - 23107 - 22599  
tak Pos :

Telex :  
Facsimili : (0634) 23099

Alamat Kawat :

Nomor : 0045 / SM.04.03 / PSP/2016  
Lampiran : 1 (satu) berkas  
Sifat : Penting  
Perihal : Permohonan Izin Riset.

Padangsidimpuan, 29 April 2016

Kepada Yth :

Institut Agama Islam Negeri  
Padangsidimpuan Fakultas Ekonomi  
Dan Bisnis Islam  
Jln.T.Rizal Km 4,5 P.Sidimpuan  
Di

Padangsidimpuan.

Menindaklanjuti surat Saudara No.B-757/In.14/G/TL.00/04/2016 tanggal 19 April 2016 Perihal Izin Riset di PT PLN (Persero)Area Padangsidimpuan, dengan ini kami menyetujui Mahasiswa / Mahasiswi Saudara untuk melaksanakan Prakerin di PT PLN ( Persero) Area Padangsidimpuan.

Dan kami harapkan kepada Mahasiswa / Mahasiswi Saudara , agar dapat mematuhi peraturan yang berlaku di PT PLN (Persero) Area Padangsidimpuan.

Demikian kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.



ERIC ROSSIPRYO NUGROHO



"...Mari Bersama Mewujudkan PLN Bersih Tanpa Narkoba..."

Padangsidimpuan, 27 Juni 2016

Kepada Yth :  
Institut Agama Islam Negeri  
Padangsidimpuan Fakultas Ekonomi  
Dan Bisnis Islam  
Jln.H.T. Rizal km 4,5 Padangsidimpuan  
Di –  
Padangsidimpuan

Dengan Hormat,

Dengan ini kami beritahukan bahwa Mahasiswa IAIN Padangsidimpuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang tersebut dibawah ini :

Nama : Sangkot Ibrahim Nasution  
Nim : 12 230 0252  
Sem/Thn.Akademik : VIII (Delapan)/2015-2016  
Jurusan : Ekonomi Syariah/Manajemen Bisnis  
Judul Penelitian : Evaluasi Kepuasan Pelanggan Pengguna Listrik Pabayar pada PT PLN (Persero) Area Padangsidimpuan

Telah selesai melaksanakan Riset pada PT PLN (Persero) Area Padangsidimpuan pada tanggal 19 April s/d 24 Juni 2016.

Demikian kami sampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

  
ERIC ROSSI PRYO NUGROHO



...Mari Bersama Mewujudkan PLN Bersih Tanpa Narkoba..."