

ABSTRAK

Perusahaan yang bergerak dibidang kelistrikan maupun perusahaan yang bergerak di bidang jasa, seperti halnya PT. PLN dituntut untuk senantiasa memberikan pelayanan terbaik yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Melalui kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan para pelanggan, maka diharapkan akan terbentuk kepuasan pelanggan yang merupakan aset yang sangat berharga bagi perusahaan. Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan ini adalah metode deskriptif dan verifikatif, tipe penelitian ini adalah tipe penelitian korelasional dan kausalitas. Unit analisis penelitian ini adalah individual, yaitu para pelanggan PT. PLN (Persero) Unit Pelayanan Jaringan Bandung Timur adalah sebuah perusahaan jasa yang bergerak dibidang kelistrikan yang melayani kebutuhan listrik masyarakat baik perorangan maupun perusahaan. Penilaian Kualitas Pelayanan PT. PLN (Persero) Unit Pelayanan Jaringan Bandung Timur, ditinjau dari lima dimensi, yaitu: *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Dari penelitian diketahui besarnya nilai koefisien korelasi Rank Spearman antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan adalah 0,560 artinya Nilai koefisien korelasi ini jika dibandingkan dengan kriteria Guilford menunjukkan hubungan yang sedang/cukup erat. Kemudian didapat besaran koefisien determinasi sebesar 31,76 % yang berarti sebesar 31,36 % dari kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, dan sisanya sebesar 68,24% berarti kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

ABSTRACT

PT.PLN (Persero) Network And Service Unit East Bandung that specialist in electricity. To make survival of a business, any company – manufacturing and service is required to continues provide superior service fit expectation of customers. Given service quality fit expectations of customers, it is expected to form customer satisfaction constituting valuable assets for a company. The research methods used in the writing of this thesis are Descriptive and Verificative method, whereas, the types of this research are correlation and causality. The analysis unit for this research is individual unit, which are PT PLN (Persero) network and service unit customers satisfaction. Service quality appraiser of PT. PLN (Persero) network and service unit evaluated from five dimensions are *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, and *empathy*. From research know that the amounts Pearson's correlation coefficient between service quality with customers satisfaction is 0.560 that is This correlation coefficient value in comparison with criterion Guilford show the relation which related enough. The determination of coefficient momentum is 31,76%, which means that up to 31,76% from customers satisfaction are influenced by service quality, and the remaining 68,24% customers satisfaction are influenced by other variables.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	4
1.3.1. Maksud Penelitian	4
1.3.2. Tujuan Penelitian	4
1.4 Kegunaan Penelitian	5
1.5 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	5
1.6 Metodologi Penelitian	13
3.3.1. Metode Pengumpulan Data	13
3.3.2. Sumber Data	14
3.3.3. Metode Sampling	15
3.3.4. Analisa Data	15
3.3.5. Operasional Variabel	19
3.3.6. Definisi Operasional Variabel	25
1.6 Tempat dan Lokasi Penelitian	26
1.7 Sistematika Pembahasan	26

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Pemasaran	28
2.2 Konsep Pemasaran	31



2.2.1. Pengertian Konsep Pemasaran	31
2.2.2. Konsep Pemasaran Yang Berorientasi Pada Kepuasan ..	33
2.3 Manajemen Pemasaran	36
2.3.1. Pengertian Manajemen Pemasaran	36
2.4 Bauran Pemasaran	36
2.4.1. Pengertian Bauran Pemasaran	36
2.4.2. Unsur-unsur Bauran Pemasaran	37
2.5 Jasa	41
2.5.1. Definisi Jasa	41
2.5.2. Bauran Pemasaran Jasa	43
2.5.3. Karakteristik Jasa	45
2.5.4. Klasifikasi Jasa	46
2.5.5. Kategori Bauran Jasa	49
2.5.6. Kelemahan Jasa	51
2.5.7 Tingkatan Jasa	51
2.5.7.1. Pengertian Pemasaran Jasa	55
2.5.7.2. Segitiga Pemasaran Jasa	56
2.5.7.3. Strategi Mengelola Penawaran Jasa	58
2.5.7.4. Strategi Mengelola Permintaan Jasa	59
2.5.8. Mengelola Perbedaan Jasa	60
2.6 Kualitas Pelayanan	60
2.6.1. Definisi Kualitas	60
2.6.2. Definisi Kualitas Pelayanan	62
2.7 Kualitas Jasa	65
2.7.1. Prinsip-Prinsip Kualitas Jasa	65
2.7.2. Dimensi Kualitas Jasa	66
2.8 Perilaku Konsumen	68
2.8.1. Pengertian Perilaku Konsumen	68
2.8.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	69
2.8.3. Proses Keputusan Pembelian Konsumen	71
2.9 Kepuasan Konsumen	76
2.9.1. Pengertian Kepuasan	76

2.9.2. Teknik Mengukur Kepuasan Pelanggan	77
2.9.3. Strategi Kepuasan Pelanggan	79
2.9.4. Nilai dan Kepuasan Pelanggan	81
2.9.5. Menarik dan Mempertahankan Pelanggan	84
2.9.6. Indikator Kepuasan Pelanggan	84
2.9.7. Sebab-Sebab Timbulnya Ketidakpuasan	85

BAB III OBJEK PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	89
3.2 Gambaran Umum Perusahaan	89
3.2.1. Sejarah Singkat PT PLN (Persero)	89
3.2.2. Visi, Misi, dan Moto PT PLN (Persero)	91
3.2.3. Struktur Organisasi Perusahaan	92
3.2.4. Uraian Tugas (Job Description) PT PLN (Persero) Unit Pelayanan dan Jaringan (UPJ) Bandung Timur	94
3.3 Manajemen Operasi	101
3.4 Manajemen Pemasaran	103
3.5 Manajemen Keuangan	109
3.6 Manajemen Sumber Daya Manusia	112

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Profil Responden	115
4.2 Analisis Kualitas Pelayanan PT. PLN (Persero) UPJ Bandung Timur	113
4.2.1 Kenyamanan Ruang Kantor untuk Antrian Pembayaran	121
4.2.2 Kemampuan Pemberian Daya	122
4.2.3 Kendaraan untuk Mendatangi Pelanggan yang Bermasalah	123

4.2.4	Kemudahan Pemberian Variasi Tegangan	124
4.2.5	Pelayanan Pelanggan 24 Jam	125
4.2.6	Ketepatan Pemberian Pelayanan dalam Pembayaran Rekening Listrik	126
4.2.7	Ketepatan Waktu atas Pelayanan yang Dijanjikan... ..	127
4.2.8	Ketepatan Waktu Pelayanan dalam Hal Pasang Baru Listrik	128
4.2.9	Kesungguhan dalam Membantu Memecahkan Masalah Pelanggan	129
4.2.10	Kecepatan Pelayanan Gangguan 24 Jam	130
4.2.11	Daya Tanggap atas Keluhan Pelanggan 24 Jam	131
4.2.12	Daya Tanggap dalam Merespon Permintaan Pelanggan...	132
4.2.13	Kemampuan untuk Membantu Pelanggan dan Memberikan Solusi dengan Cepat 24 Jam	133
4.2.14	Kesopanan Sikap Karyawan	134
4.2.15	Kemampuan Manajer yang Siap Setiap Saat	135
4.2.16	Kemampuan untuk Jarang Mati Lampu	136
4.2.17	Kemampuan Karyawan Dalam Memberi Keterangan & Menjawab Pertanyaan – Pertanyaan Pelanggan	137
4.2.18	Tersedianya Toilet Umum untuk Konsumen pada Saat Antri Membayar	138
4.2.19	Pelayanan yang Sama pada Semua Pelanggan	139
4.2.20	Tersedianya Alat Pembatas dan Pembacaan Meter Bila Terjadi Gangguan	140

4.2.21	Frekuensi adanya Pemadaman Listrik Relatif Jarang	
	/Sebentar	141
4.3	Analisis Kepuasan Pelanggan	143
4.3.1	Pembayaran Tepat Waktu	144
4.3.2	Tidak Melakukan Pencurian Listrik	144
4.3.3	Tidak Melakukan Pencurian/Pengambilan Peralatan	
	PT.PLN	145
4.3.4	Ikut Menjaga Asset PT.PLN	146
4.3.5	Ikut Peduli Dalam Pembacaan Meter	146
4.3.6	Hemat Penggunaan Listrik	147
4.3.7	Sadar Akan Pemeliharaan Pohon di bawah jaringan	
	Tinggi	148
4.3.8	Memangkas Pohon yang yang menyentuh Jaringan	
	Listrik	148
4.3.9	Penggunaan Ulang Layanan Gangguan 24 jam	149
4.3.10	Penggunaan Ulang Layanan Pembayaran Online	150
4.3.11	Menjaga Reputasi dan Nama Baik PT.PLN	150
4.3.12	Tidak Mempersulit Petugas Pembaca Meter	151
4.3.13	Melaksanakan Pengamanan Terhadap Bahaya	152
4.3.14	Menjaga dan Memelihara Keamanan Instalasi Pelanggan	152
4.3.15	Menjaga Keamanan Alat Pembatas dan atau Pengukur	
	(APP) Pengusaha yang Terpasang	153
4.3.16	Menjaga Keamanan Sambungan Listrik yang Terpasang	154
4.3.17	Menggunakan Tenaga Listrik Sesuai Peruntukkannya...	154

4.3.18 Mengizinkan PLN untuk Melaksanakan Haknya	155
4.3.19 Menjaga Lampu Penerangan Jalan	156
4.4 Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan PT.PLN (Persero) UPJ Bandung Timur Terhadap Kepuasan Pelanggan	156
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN
5.1 Kesimpulan	161
5.2 Saran	163
DAFTAR PUSTAKA	164
LAMPIRAN-LAMPIRAN	166

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Unsur Kualitas Jasa Yang Dirasakan Konsumen.....	9
Tabel 1.3	Bobot / Skor Skala Likert.....	14
Tabel 1.4	Operasional Variabel.....	19
Tabel 3.1	Struktur Organisasi PT. PLN (Persero) UPJ Bandung Timur.....	93
Tabel 3.2	Jumlah Pegawai PT. PLN (Persero) UPJ Bandung Timur Berdasarkan Pendidikan Tahun 2007.....	113
Tabel 4.1	Komposisi Responden Menurut Jenis Kelamin.....	115
Tabel 4.2	Komposisi Responden Menurut Usia.....	116
Tabel 4.3	Komposisi Responden Menurut Tingkat Pendidikan.....	117
Tabel 4.4	Komposisi Responden Menurut Profesi.....	118
Tabel 4.5	Komposisi Responden Menurut Pendapatan.....	119
Tabel 4.6	Komposisi Responden Menurut Pelanggan PT. PLN (Persero).....	119
Tabel 4.7	Komposisi Responden Menurut Anggaran Biaya.....	120
Tabel 4.8	Skor Jawaban Responden Mengenai Kenyamanan Ruangan Kantor untuk Antrian Pembayaran.....	121
Tabel 4.9	Skor Jawaban Responden Mengenai Kemampuan Pemberian Daya.....	122
Tabel 4.10	Skor Jawaban Responden Mengenai Kendaraan untuk Mendatangi Pelanggan yang Bermasalah	123
Tabel 4.11	Skor Jawaban Responden Mengenai Kemudahan Pemberian Variasi Tegangan.....	124
Tabel 4.12	Skor Jawaban Responden Mengenai Pelayanan Pelanggan 24 Jam.....	125
Tabel 4.13	Skor Jawaban Responden Mengenai Ketepatan Pemberian Pelayanan dalam Pembayaran Rekening Listrik.....	126
Tabel 4.14	Skor Jawaban Responden Mengenai Ketepatan Waktu atas Pelayanan yang Dijanjikan.....	127
Tabel 4.15	Skor Jawaban Responden Mengenai Ketepatan Waktu Pelayanan dalam Hal Pasang Baru Listrik	128
Tabel 4.16	Skor Jawaban Responden Mengenai Kesungguhan dalam Membantu Memecahkan Masalah Pelanggan.....	129
Tabel 4.17	Skor Jawaban Responden Mengenai Kecepatan Pelayanan Gangguan 24 Jam.....	130
Tabel 4.18	Skor Jawaban Responden Mengenai Daya Tanggap atas Keluhan Pelanggan 24 Jam.....	131
Tabel 4.19	Skor Jawaban Responden Mengenai Daya Tanggap dalam Merespon Permintaan Pelanggan	132
Tabel 4.20	Skor Jawaban Responden Mengenai Kemampuan untuk Membantu Pelanggan dan Memberikan Solusi dengan Cepat 24 Jam.....	133

Tabel 4.21	Skor Jawaban Responden Mengenai Kesopanan Sikap Karyawan.....	134
Tabel 4.22	Skor Jawaban Responden Mengenai Kemampuan Manajer yang Siap Setiap Saat.....	135
Tabel 4.23	Skor Jawaban Responden Mengenai Kemampuan untuk Jarang Mati Lampu.....	136
Tabel 4.24	Skor Jawaban Responden Mengenai Kemampuan Karyawan Dalam Memberi Keterangan & Menjawab Pertanyaan – Pertanyaan Pelanggan.....	137
Tabel 4.25	Skor Jawaban Responden Mengenai Tersedianya Toilet Umum untuk Konsumen pada Saat Antri Membayar.....	138
Tabel 4.26	Skor Jawaban Responden Mengenai Pelayanan yang Sama pada Semua Pelanggan.....	139
Tabel 4.27	Skor Jawaban Responden Mengenai Tersedianya Alat Pembatas dan Pembacaan Meter Bila Terjadi Gangguan.....	140
Tabel 4.28	Skor Jawaban Responden Mengenai Frekuensi Adanya Pemadaman Listrik Relatif Jarang/Sebentar.....	141
Tabel 4.29	Rekapitulasi Perbandingan Skor Kinerja Dan Skor Harapan Pada Variabel Kualitas Pelayanan.....	142
Tabel 4.30	Pembayaran Rekening Listrik Tepat Waktu.....	144
Tabel 4.31	Tidak Melakukan Pencurian Listrik.....	144
Tabel 4.32	Tidak Melakukan Pencurian/Pengambilan Peralatan PT.PLN.....	145
Tabel 4.33	Ikut Menjaga Asset PT.PLN.....	146
Tabel 4.34	Ikut Peduli Dalam Pembacaan Meter.....	146
Tabel 4.35	Hemat Penggunaan Listrik.....	147
Tabel 4.36	Sadar Akan Pemeliharaan Pohon di Bawah Jaringan Tinggi.....	148
Tabel 4.37	Memangkas Pohon yang menyentuh Jaringan Listrik.....	149
Tabel 4.38	Penggunaan Ulang Layanan Gangguan 24 jam.....	149
Tabel 4.39	Penggunaan Ulang Layanan Pembayaran Online.....	150
Tabel 4.40	Menjaga Reputasi dan Nama Baik PT.PLN.....	150
Tabel 4.41	Tidak Mempersulit Petugas Pembaca Meter.....	151
Tabel 4.42	Melaksanakan Pengamanan Terhadap Bahaya.....	152
Tabel 4.43	Menjaga dan Memelihara Keamanan Instalasi Pelanggan.....	152
Tabel 4.44	Menjaga Keamanan Alat Pembatas dan atau Pengukur (APP) Pengusaha yang Terpasang.....	153
Tabel 4.45	Menjaga Keamanan Sambungan Listrik yang Terpasang.....	154
Tabel 4.46	Menggunakan Tenaga Listrik Sesuai Peruntukannya.....	154
Tabel 4.47	Mengizinkan PLN untuk Melaksanakan Haknya.....	155
Tabel 4.48	Menjaga Lampu Penerangan Jalan.....	156

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.2	Kerangka Pemikiran.....	12
Gambar 2.1	Konsep-konsep Inti Pemasaran.....	31
Gambar 2.2	Perbandingan antara Konsep Penjualan dan Konsep Pemasaran.....	35
Gambar 2.3	Bagan Organisasi Perusahaan Berorientasi Pelanggan Modern.....	35
Gambar 2.4	7P Bauran Pemasaran.....	41
Gambar 2.5	Bauran Promosi.....	43
Gambar 2.6	Matriks Proses Jasa.....	53
Gambar 2.7	Level Jasa / Tingkatan Jasa.....	54
Gambar 2.8	Diagram Segitiga Pemasaran Jasa.....	56
Gambar 2.9	Strategi untuk menyelesaikan supply dan demand untuk jasa..	59
Gambar 2.10	Model Perilaku Pembeli.....	71
Gambar 2.11	Bagan proses pengambilan keputusan oleh konsumen.....	71
Gambar 2.12	Kategori merek yang diambil kembali oleh konsumen dari memori jangka panjang selama proses pencarian internal.....	73
Gambar 2.13	Model proses pasca akuisisi.....	75
Gambar 2.14	Tingkat kepuasan konsumen.....	76
Gambar 2.15	Gap / Kesenjangan Jasa.....	88