

**PERBEDAAN KEPUASAN PELANGGAN YANG MENGGUNAKAN
LISTRIK PRABAYAR DENGAN PASCABAYAR DI RAYON
BINJAI KOTA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi
Universitas Medan Area**

Oleh :

**PRIA HARDI KESUMADINATA
09.860.0054**



**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2013**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 21/7/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

JUDUL SKRIPSI : PERBEDAAN KEPUASAN PELANGGAN YANG MENGGUNAKAN LISTRIK PRABAYAR DENGAN PASCABAYAR DI RAYON BINJAI KOTA

NAMA MAHASISWA : PRIA HARDI KESUMADINATA

NIM : 09.860.0054

JURUSAN : PSIKOLOGI INDUSTRI DAN ORGANISASI

MENYETUJUI
KOMISI PEMBIMBING

PEMBIMBING I

(Nini Sri Wahyuni, S.Psi, M.Pd)

PEMBIMBING II

(Istiana, S.Psi, M.Pd)

MENGETAHUI

KETUA JURUSAN

(Syafirizaldi, S.Psi, M.Psi)

DEKAN PSIKOLOGI

(Prof. Dr. H. Abdul Munir, M.Pd)

Tanggal Sidang Meja Hijau

17 Oktober 2013

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 21/7/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

**DIPERTAHANKAN DI DEPAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI
FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS MEDAN AREA
DAN DITERIMA UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN
DARI SYARAT-SYARAT GUNA MEMPEROLEH
GELAR SARJANA (S1) PSIKOLOGI**

PADA TANGGAL

17 OKTOBER 2013



**Mengesahkan
Fakultas Psikologi
Universitas Medan Area
Dekan**

Prof. Dr. H. Abdul Munir, M.Pd

DEWAN PENGUJI

1. Dra. Mustika Tarigan, M.Psi
2. Nini Sri Wahyuni, S.Psi, M.Pd
3. Istiana, S.Psi, M.Pd
4. Hj. Anna Wati Dewi Purba, S.Psi, M.Si

TANDA TANGAN

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa apa yang tertulis dalam skripsi ini adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelar keserjanaan saya dicabut.



Medan, Oktober 2013

Peneliti

Pria Hardi Kesumadinata

NIM. 09.860.0054

Motto

"Berjuang untuk Ibu dan mendapatkan

Ridho-Nya"



Persembahkan,

Perjuanganku tak luput dari dukungan keluarga dan

do'a ibunda, hasil karya ini ku persembahkan untuk

kalian yang menjadi motivator dalam hidupku...

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 21/7/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)21/7/23

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim,

Puji dan syukur peneliti ucapkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan Hidayah-Nya kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam senantiasa peneliti sampaikan kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat dan pengikutnya yang setia. Adapun judul skripsi ini adalah **“Perbedaan Kepuasan Pelanggan Yang Menggunakan Listrik Prabayar Dengan Pascabayar Di Rayon Binjai Kota”**.

Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan untuk menyelesaikan studi serta salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.

Dalam kesempatan ini peneliti mengucapkan terimakasih kepada berbagai pihak yang telah membantu peneliti selama proses penyusunan skripsi ini. Tanpa bantuan berbagai pihak, kiranya penyusunan skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik. Peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya terutama kepada :

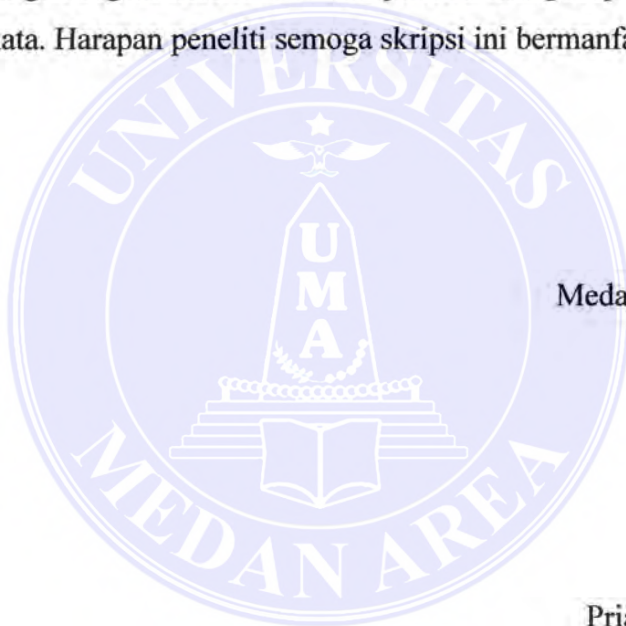
1. Ayahanda tersayang Syaiful Bahri dan Ibunda tercinta Endang Lisnawati yang telah banyak memberikan dukungan moril dan material, kasih sayang serta do'a yang tak henti-hentinya kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik.
2. Bapak Prof. Dr. H. Abdul Munir, M.Pd, selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.

3. Ibu Nini Sri Wahyuni, S.Psi, M.Pd, selaku Dosen Pembimbing I yang sudah bersedia meluangkan waktu, ilmu yang begitu banyak dan juga sebagai motivator peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Istiana, S.Psi, M.Pd, selaku Dosen Pembimbing II yang sudah bersedia meluangkan waktu, ilmu yang begitu banyak dan juga sebagai motivator peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Dra. Mustika Tarigan, M.Psi, selaku Ketua Sidang Meja Hijau yang telah meluangkan waktunya untuk hadir di persidangan peneliti.
6. Ibu Hj. Anna Wati Dewi Purba, S.Psi, M.Si, selaku Dosen Tamu Sidang Meja Hijau yang telah meluangkan waktunya untuk hadir di persidangan peneliti.
7. Ibu Laili Alfita, S.Psi, MM, selaku Sekretaris Sidang Meja Hijau yang telah meluangkan waktunya untuk hadir di persidangan peneliti.
8. Seluruh Dosen-dosen Psikologi UMA atas ilmu yang telah diberikan, mudah-mudahan ilmu ini dapat berguna dan dapat diterapkan dengan baik.
9. Seluruh pegawai di lingkungan Psikologi UMA yang telah membantu dan selalu memberikan dukungan kepada peneliti.
10. Untuk Ibu Rita Angraini yang telah memberi bantuan dari proses administrasi hingga penelitian di PT. PLN (Persero) Area Binjai.
11. Untuk para responden yang telah bersedia meluangkan waktunya serta memberikan informasi-informasi yang dibutuhkan oleh peneliti selama penyusunan skripsi.
12. Untuk kakakku Dian Eka Putri Prasasti yang telah memberikan dukungan, semangat dari awal hingga selesainya tugas ini.
13. Untuk Sahabat terbaikku Wahiddayah Zulfani yang selalu siap siaga menemani, membantu, memberikan dukungan, masukan, dan semangat kepada peneliti.
14. Untuk teman-teman seperjuangan Psikologi '09 UMA Siska Oktavia, Ega Patri Santana, M. Teguh Maulana, M. Fikri Jaka Pratama, Purwaningsih, Retno Wulan, Patrecia Poliharnita, T. Yunistria Sandy, Munisa, Nitami Sharalita, Maisyarah, Nurul Hidayah Hasibuan, Dilla Aulia, Vivid, Andin, Ila Angsih, Nazwa Niswatul Her, Raudhatul Hasanah, Zesy

Sylfia, Wirda Hanum Lubis, Libriani Telaumbanua, Atika Sabariah Rusli, YUSDIANA, Reni, Fauzan Irmiga, Afwan Azmi dan masih banyak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu yang selalu memberikan dukungan, semangat, membantu, perhatian, pengertian kepada peneliti.

15. Dan yang terakhir terima kasih buat semua pihak-pihak yang tidak bisa peneliti sebutkan satu per satu, yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu dengan segala kerendahan hati peneliti mengucapkan maaf bila terdapat kesalahan kata. Harapan peneliti semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua.



Medan, Oktober 2013

Peneliti

Pria Hardi Kesumadinata

NIM. 09.860.0054

Perbedaan Kepuasan Pelanggan Yang Menggunakan Listrik Prabayar Dengan *Pascabayar* Di Rayon Binjai Kota

Pria Hardi Kesumadinata
09.860.0054

Jurusan Ilmu Psikologi Industri dan Organisasi
Fakultas Psikologi Universitas Medan Area

ABSTRAK

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif komparatif bertujuan untuk mengetahui perbedaan kepuasan pelanggan yang menggunakan listrik prabayar dengan *pascabayar* di Rayon Binjai Kota. Selama ini pelanggan PLN mendapat layanan listrik *pascabayar*, yaitu pelanggan menggunakan energi listrik dulu dan membayar belakangan pada bulan berikutnya. PT. PLN (Persero) mengembangkan suatu produk berbasis teknologi informasi yang disebut “Prabayar” atau “Listrik Prabayar”. Layanan prabayar ini merupakan penjabaran dari misi PT. PLN (Persero), yaitu melakukan bisnis kelistrikan dan bidang lain yang terkait, berorientasi kepada kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang ditunjukkan pelanggan setelah membandingkan hasil kerja aktual dengan harapannya. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti kualitas produk, kualitas layanan, emosi, harga, dan biaya. Perbedaan kualitas dan harga yang ditawarkan oleh listrik prabayar dan listrik *pascabayar* menggambarkan adanya perbedaan kepuasan pelanggan. Penelitian ini melibatkan 100 pelanggan dengan kriteria subjek menggunakan listrik prabayar atau *pascabayar* minimal dua bulan dan bertempat tinggal di Kecamatan Binjai Utara. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling* dan diolah dengan uji *t-test*. Alat ukur yang digunakan adalah skala kepuasan pelanggan yang disusun sendiri oleh peneliti. Hasil analisa menunjukkan terdapat perbedaan kepuasan antara pelanggan listrik prabayar dengan pelanggan listrik *pascabayar* dengan nilai $\rho = 0,000, < 0,010$ di mana pelanggan listrik prabayar memiliki mean skor yang lebih tinggi (86,74) dibandingkan dengan pelanggan listrik *pascabayar* (80,56). Implikasi dari penelitian ini berguna bagi listrik *pascabayar* untuk melakukan evaluasi terhadap kinerja dan kualitas produk yang ditawarkan kepada pelanggan. Bagi listrik prabayar, penelitian ini dapat dijadikan sebagai gambaran untuk tetap mempertahankan kinerja dan selalu meningkatkan kualitas.

Kata kunci : kepuasan pelanggan, listrik prabayar, listrik *pascabayar*.

DAFTAR ISI

Halaman Persetujuan	i
Halaman Pengesahan	ii
Surat Pernyataan.....	iii
Halaman Motto.....	iv
Halaman Persembahan.....	iv
Kata Pengantar.....	v
Abstrak.....	viii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel.....	xiii
Daftar Skema	xiv
Daftar Lampiran	xv
BAB I Pendahuluan	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Batasan Masalah.....	6
UNIVERSITAS MEDAN AREA	6



E. Tujuan Penelitian.....

F. Manfaat Penelitian..... 7

BAB II Tinjauan Pustaka 9

A. Pelanggan 9

B. Kepuasan Pelanggan 10

 1. Prinsip Dasar Kepuasan Pelanggan..... 13

 2. Aspek-Aspek Kepuasan Pelanggan..... 14

 3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan..... 15

C. Listrik Prabayar 17

 1. Keunggulan Listrik Prabayar 19

 2. Proses Pasang Baru Listrik Prabayar 20

 3. Proses Migrasi Listrik *Pascabayar* ke Listrik Prabayar..... 21

 4. Mekanisme Listrik Prabayar 21

D. Listrik *Pascabayar* 23

 1. Mekanisme Listrik *Pascabayar* 24

 2. Tahapan Runtunan Calon Pelanggan dan Pada Saat Menjadi Pelanggan 25

 3. Proses Penyambungan Baru Listrik *Pascabayar* 26

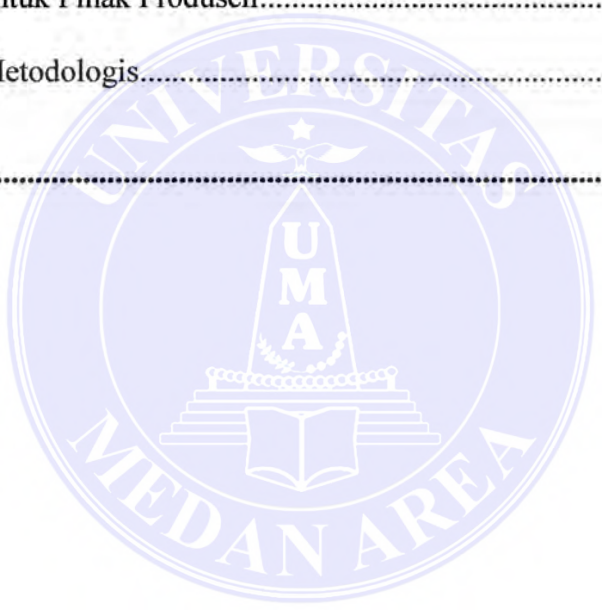
E. Perbandingan Prabayar dengan *Pascabayar* Berdasarkan Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan 27

F. Perbedaan Kepuasan Pelanggan yang Menggunakan Listrik Prabayar dengan *Pascabayar* 31

G. Kerangka Konseptual 33

H. Hipotesis.....	34
BAB III Metode Penelitian.....	35
A. Tipe Penelitian.....	35
B. Identifikasi Variabel Penelitian.....	36
C. Defenisi Operasional Variabel Penelitian.....	36
1. Kepuasan Pelanggan.....	36
2. Listrik Prabayar.....	37
3. Listrik <i>Pascabayar</i>	37
D. Subjek Penelitian.....	37
1. Populasi dan Sampel.....	37
2. Teknik Pengambilan Sampel.....	38
E. Teknik Pengumpulan Data.....	38
1. Skala Kepuasan Pelanggan.....	39
2. Validitas dan Reliabilitas.....	41
F. Analisis Data.....	45
BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	47
A. Gambaran Subjek Penelitian.....	47
1. Persiapan Penelitian.....	47
2. Uji Coba Alat Ukur Penelitian.....	50
B. Pelaksanaan Penelitian.....	52
C. Hasil Penelitian.....	52
UNIVERSITAS MEDAN AREA.....	53

2. Hasil Perhitungan Analisis Varians.....	54
3. Hasil Perhitungan Mean Hipotetik dan Mean Empirik.....	55
D. Pembahasan.....	57
BAB V Simpulan dan Saran.....	61
A. Simpulan.....	61
B. Saran.....	62
1. Saran untuk Pihak Produsen.....	62
2. Saran Metodologis.....	63
Daftar Pustaka.....	65
Lampiran	



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Perbandingan Prabayar dengan <i>Pascabayar</i>	27
Tabel 2. <i>Blue Print</i> Skala Kepuasan Pelanggan Sebelum Uji Coba	49
Tabel 3. Distribusi Item-item Skala Kepuasan Pelanggan Setelah Uji Coba	51
Tabel 4. Rangkuman Hasil Perhitungan Uji Normalitas Sebaran	53
Tabel 5. Rangkuman Hasil Perhitungan Uji Homogenitas Varians	54
Tabel 6. Rangkuman Hasil Analisis Varians Satu Jalur	55
Tabel 7. Hasil Perhitungan Nilai Rata-rata Hipotetik dan Nilai Rata-rata Empirik	57

DAFTAR SKEMA

Skema 1. Perbandingan Prabayar dengan *Pascabayar* 29



DAFTAR LAMPIRAN

A. Data Penelitian

A-1. Data Penelitian Listrik Prabayar

A-2. Data Penelitian Listrik *Pascabayar*

B. Validitas dan Reliabilitas Skala Kepuasan Pelanggan Listrik

C. Uji Asumsi (Uji Normalitas, Uji Homogenitas, dan Analisis Varians Satu Jalur)

D. Hasil Analisis Data

E. Alat Ukur Penelitian

E-1. Skala Kepuasan Pelanggan Listrik Prabayar

E-2. Skala Kepuasan Pelanggan Listrik *Pascabayar*

F. Surat Keterangan

F-1. Surat Keterangan Pengambilan Data

F-2. Surat Keterangan Selesai Riset

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi merupakan hal yang patut untuk kita syukuri, sebab dengan sentuhan teknologi berbagai pemenuhan kebutuhan hidup manusia menjadi lebih mudah. Pada dasarnya teknologi membawa implikasi positif dalam sejarah kehidupan manusia, bahkan kemajuan teknologi menjadi bukti perkembangan kemampuan manusia untuk menggunakan nalar dan pikirannya dalam mengelolah alam dan potensi diri manusia itu sendiri (Rahardjo, 2007).

Sejalan dengan kemajuan teknologi, perkembangan teknologi informasi sangat berpengaruh terhadap peningkatan kebutuhan dan keinginan masyarakat modern akan suatu layanan yang mampu memberikan kemudahan, kecepatan dan kepraktisan dalam bertransaksi. Contohnya dapat dilihat pada PT. PLN (Persero), selama ini pelanggan PLN mendapat layanan listrik *pascabayar*, yaitu pelanggan menggunakan energi listrik dulu dan membayar belakangan pada bulan berikutnya. Setiap bulan pihak PLN harus mencatat meter, menghitung dan menerbitkan rekening yang harus dibayar pelanggan, melakukan penagihan kepada pelanggan yang terlambat atau tidak membayar dan memutus aliran listrik jika pelanggan terlambat atau tidak membayar rekening listrik setelah waktu tertentu. Menyikapi tuntutan tersebut, PT. PLN (Persero) mengembangkan suatu

Layanan Prabayar ini merupakan penjabaran dari misi PT. PLN (Persero), yaitu melakukan bisnis kelistrikan dan bidang lain yang terkait, berorientasi kepada kepuasan pelanggan, anggota perusahaan dan pemegang saham.

Namun, peneliti menemukan sebuah kutipan yang menyatakan bahwa tarif listrik Prabayar lebih mahal dari *pascabayar* seperti berikut ini :

Tarif listrik Prabayar setelah dihitung justru lebih mahal daripada listrik pascabayar dan lebih membebani masyarakat kecil. Akhir-akhir ini PLN gencar menghimbau pelanggan agar beralih (migrasi) ke penggunaan listrik Prabayar. Alih-alih menyajikan berbagai keunggulan program tersebut, nyatanya budget yang harus kami keluarkan lebih besar daripada sebelum bermigrasi ke listrik Prabayar. Anehnya lagi, kami menerima surat nomor : 033/161/UPJBGRBRT/2011 tanggal 24 Januari 2011 dari PLN UPJ Bogor Barat Jl raya Semplak, yang mengharuskan kami bermigrasi dari listrik *pascabayar* menjadi Prabayar (surat masih saya simpan). Sebelumnya kami mendukung saja program tersebut karena banyak keunggulan dan kami awam soal program itu. Namun setelah satu bulan kami rasakan pengeluaran untuk biaya listrik menjadi lebih besar. Lihat saja perhitungan berikut. Kami dikenakan biaya Rp 20.000 untuk pemasangan alat listrik Prabayar yang kemudian diganti dengan pulsa/token 33 kWh. Katakanlah biaya pemasangan tersebut gratis karena diganti pulsa listrik. Kemudian kami membeli pulsa senilai Rp 100.000 melalui ATM. Nilai uang tersebut setara dengan 158 kWh setelah dipotong PPN dan administrasi bank senilai Rp 5.000. Jadi biaya yang kami keluarkan Rp 120.000 untuk 191 kWh (33 kWh + 158 kWh). Kemudian kami bandingkan dengan simulasi untuk tarif listrik *pascabayar* yang kami coba melalui website : www.pln.co.id. Untuk pemakaian 191 kWh dengan golongan tarif rumah tangga dan batas daya 900 VA di rumah kami, hanya membutuhkan biaya Rp 105.145, itupun sudah termasuk biaya beban (agenlistrikprabayar.blogspot.com).

Band (dalam Nasution, 2005) menyatakan bahwa kepuasan tercapai ketika kualitas memenuhi atau melebihi harapan, keinginan, dan kebutuhan konsumen.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 21/7/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)21/7/23

Oliver (dalam Nasution, 2005) mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai penilaian konsumen terhadap penampilan dan kinerja barang atau jasa itu sendiri, apakah dapat memenuhi tingkat keinginan, hasrat, dan tujuan konsumen. Dengan kata lain, kepuasan merupakan tanggapan konsumen.

Peneliti menemukan fenomena kepuasan pelanggan di daerah yang hendak diteliti, seperti hasil dari wawancara pelanggan berikut :

Menurut Fani (pelanggan yang menggunakan listrik *pascabayar*), “Lebih enak menggunakan listrik *pascabayar* karena bisa menggunakan listrik semau kita tanpa perlu khawatir listrik mati tiba-tiba karena pulsa listriknya habis”.

Sementara itu menurut Nidar (pelanggan yang menggunakan listrik *prabayar*), “Ya enak yang *prabayar*, kan nggak perlu keluar biaya tambahan, nggak ada denda-denda jadi kita cuma bayar biaya listrik yang kita pakai”.

Berdasarkan hasil wawancara singkat di atas, dapat kita pahami bahwa harapan dari masing-masing pelanggan baik yang menggunakan listrik *prabayar* maupun listrik *pascabayar* berbeda sesuai dengan keinginan mereka dan mereka merasa puas akan hal tersebut.

Dari uraian tersebut, persoalan yang muncul adalah apakah terdapat perbedaan kepuasan pada penggunaan listrik *prabayar* dengan *pascabayar*? Sejauh mana perbedaan tingkat kepuasan pelanggan yang menggunakan listrik *prabayar* dengan *pascabayar*?

Pertanyaan-pertanyaan inilah yang menarik peneliti dan akan dicoba untuk dijawab dalam penelitian yang berjudul **“Perbedaan Kepuasan Pelanggan yang menggunakan Listrik Prabayar dengan *Pascabayar*”**

B. Identifikasi Masalah

Saat ini sudah banyak rumah-rumah, bangunan, dan gedung-gedung yang menggunakan listrik prabayar. Listrik prabayar adalah suatu program yang ditawarkan PT. PLN (Persero) kepada pelanggannya agar dapat mengendalikan pemakaian listriknya sesuai dengan kebutuhan, dan bagi pelanggan pasang baru maupun yang migrasi dari *pascabayar* dapat dengan mudah mengajukan pemasangan listrik prabayar. Cukup dengan menghubungi kantor PLN terdekat, melengkapi surat-surat permohonan, dan jika survey lokasi tidak ada masalah maka dengan segera pihak PLN dapat melakukan pemasangan. Pelanggan listrik prabayar cukup memasukkan 20 digit angka yang terdapat pada *voucher* listrik ke alat kWh meter listrik prabayar, maka pelanggan akan segera mendapatkan pasokan listrik sebanyak nilai nominal *stroom* yang telah dibeli.

Melihat mudahnya penggunaan listrik prabayar, tentu saja cara baru ini sangat berbeda dengan cara berlangganan listrik biasa yang disebut dengan *pascabayar*. Pelanggan *pascabayar* terlebih dahulu menggunakan listrik kemudian membayar tagihan rekening listrik dalam periode tertentu setiap bulan sesuai besarnya pemakaian ke loket-loket yang telah disediakan PT. PLN (Persero).

Namun masih saja ada rumah-rumah, bangunan, dan gedung-gedung yang menggunakan layanan listrik *pascabayar* ini. Maka peneliti mencoba mengidentifikasi permasalahan sebagai berikut :

1. Tingkat kepuasan pelanggan yang menggunakan listrik prabayar.
2. Tingkat kepuasan pelanggan yang menggunakan listrik *pascabayar*.
3. Perbedaan kepuasan pelanggan yang menggunakan listrik prabayar dengan *pascabayar*.

C. Batasan Masalah

Untuk memudahkan dalam melakukan penelitian, maka batasan masalah hanya pada :

1. Pelanggan yang menggunakan listrik prabayar.
2. Pelanggan yang menggunakan listrik *pascabayar*.
3. Melihat perbedaan kepuasan pelanggan yang menggunakan listrik prabayar dengan *pascabayar*.

D. Rumusan Masalah

Dari uraian di atas maka penulis merumuskan masalah seperti berikut ini :

1. Bagaimana kepuasan pelanggan yang menggunakan listrik prabayar?
2. Bagaimana kepuasan pelanggan yang menggunakan listrik *pascabayar*?

3. Bagaimana perbedaan kepuasan pelanggan yang menggunakan listrik prabayar dengan *pascabayar*?

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan kepuasan pelanggan yang menggunakan listrik prabayar dengan *pascabayar*.

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis dan praktis.

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam pengembangan ilmu Psikologi, khususnya bidang Psikologi Industri dan Organisasi yang berkaitan dengan perilaku konsumen (*consumer behavior*) mengenai perbedaan kepuasan pelanggan yang menggunakan listrik prabayar dengan *pascabayar*. Penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat sebagai masukan bagi peneliti-peneliti lain yang akan meneliti kepuasan pelanggan.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan dan informasi bagi masyarakat khususnya pelanggan listrik prabayar dan *pascabayar* mengenai

perbedaan kepuasan pelanggan terhadap penggunaan listrik prabayar dengan *pascabayar*.

Mengetahui perbedaan kepuasan pelanggan yang menggunakan listrik prabayar dengan *pascabayar* dan juga diharapkan mampu memberikan informasi kepada PT. PLN (Persero) mengenai perbedaan kepuasan pelanggan yang menggunakan listrik prabayar dengan *pascabayar* sehingga PT. PLN (Persero) dapat memberikan layanan yang sesuai dengan harapan dan kebutuhan pelanggan.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pelanggan

Pelanggan merupakan subjek terpenting dalam dunia bisnis. Produsen memproduksi produk, menyalurkannya kepada distributor lalu dikonsumsi oleh konsumen atau pelanggan. Tanpa pelanggan, barang atau jasa yang diproduksi tidak akan bernilai dan akan terjadi ketidakseimbangan dalam dunia bisnis atau pasar. Oleh karena itu, perlu kita pahami dulu apa itu pelanggan.

Pelanggan menurut Cambridge International Dictionaries dalam Lupiyoadi (2001), adalah *“a person who buys goods or a services”* atau pelanggan adalah seseorang yang membeli barang atau jasa. Sementara menurut Webster’s 1928 Dictionary dalam Lupiyoadi (2001) pelanggan adalah *“one who frequents any place of sale for producing what he wants”*, pelanggan adalah seseorang yang beberapa kali datang ke tempat yang sama untuk memenuhi apa yang diinginkan.

Arti Pelanggan menurut Dharmmesta dan Handoko (1997) yaitu individu-individu yang melakukan pembelian untuk memenuhi kebutuhan pribadinya atau konsumsi rumah tangga. Seiring dengan pernyataan Pamitra (2001) bahwa pelanggan adalah individu pembuat keputusan yang menyebabkan seseorang harus terlibat atau tidak dalam pembelian suatu produk. Menurut Supranto (2001) pelanggan adalah setiap individu yang menerima suatu jenis barang atau jasa dari beberapa orang. Menurut Gasperz dalam (Nasution,

2004) pelanggan adalah semua orang yang menuntut perusahaan untuk memenuhi suatu standar kualitas tertentu yang akan memberikan pengaruh pada performansi perusahaan dan manajemen perusahaan.

Dari semua pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa pelanggan adalah orang yang membeli atau menggunakan barang atau jasa beberapa kali untuk memenuhi kebutuhannya baik yang diperoleh dari orang lain maupun perusahaan untuk memperoleh kepuasan tertentu.

B. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen. Organisasi bisnis dan non-bisnis pun berlomba-lomba mencanangkannya sebagai salah satu tujuan strateginya, misalnya melalui slogan-slogan seperti “Pelanggan adalah Raja”, “Kepuasan anda adalah tujuan kami”, dan sejenisnya. Kata kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa latin “*satis*” yang berarti cukup baik atau memadai, dan kata “*facio*” yang memiliki arti melakukan atau membuat. Kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Oxford Advanced Learner’s Dictionary (2000) mendeskripsikan kepuasan sebagai “*the good feeling that you have when you achieved something or when something that you wanted to happen does happen*”, “*the act of fulfilling a need or desire*”, dan “*an acceptable way of dealing with a complaint, a debt, an injury, etc*”. Berkembangnya riset kepuasan pelanggan dan penganugerahan atas kesuksesan perusahaan dalam meraih skor tertinggi indeks

kepuasan pelanggan nasional (*National Customer Satisfaction Index*) menjadi bukti pentingnya kepuasan pelanggan (Tjiptono & Chandra, 2005).

Kotler (dalam Hendroyono, 2007) menyatakan “*Satisfaction is a person's feelings of pleasure or disappointment resulting from comparing a product's perceived performance (or outcome) in relation to his or her expectations*”. Ini berarti kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja suatu barang atau jasa dengan harapan-harapannya.

Kepuasan pelanggan adalah keseluruhan sikap yang ditunjukkan pelanggan atas barang atau jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya (Mowen & Minor, 2002). Menurut Bearden, Laforge, & Thomas (2004) kepuasan pelanggan adalah penilaian secara menyeluruh terhadap hasil perbandingan antara harapan mengenai suatu produk dengan kinerja aktual produk tersebut.

Kepuasan adalah upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai (Tjiptono & Chandra, 2005). Menurut Oliver (dalam Tjiptono & Chandra, 2005) kepuasan pelanggan adalah penilaian bahwa fitur barang atau jasa memberikan tingkat pemenuhan berkaitan dengan konsumsi yang menyenangkan, termasuk tingkat *under-fulfillment* dan *over-fulfillment*.

Kuswandi (2004) kepuasan pelanggan yaitu perbedaan antara harapan pelanggan dan persepsi pelanggan terhadap apa yang diberikan perusahaan. Menurut Amir (2005) kepuasan pelanggan adalah sejauh mana manfaat sebuah produk perusahaan sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan. Secara

sederhana kepuasan pelanggan adalah sebuah produk atau jasa yang dapat memenuhi atau melampaui harapan pelanggan, biasanya pelanggan merasa puas (Gerson, 2005). Sejalan dengan hal tersebut Engel, Blackwell, & Miniard (1995) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberi hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedang ketidakpuasan timbul bila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan. Menurut Swan, Trawick & Carrol (dalam Tjiptono & Chandra, 2005) kepuasan pelanggan merupakan evaluasi secara sadar atau penilaian kognitif bahwa produk memiliki kinerja yang relatif bagus atau buruk, maupun produk cocok atau tidak cocok digunakan.

Nasution (2005) menjelaskan kepuasan pelanggan sebagai tanggapan perilaku, berupa evaluasi purnabeli pelanggan terhadap suatu barang atau jasa yang dirasakannya dibandingkan dengan harapan terhadap barang atau jasa tersebut. Defenisi kepuasan menurut Zeithaml & Bitner (2003) adalah *“satisfaction is the customers evaluation of product or service in terms of whether that product or service has meet their needs and expectations”*. Dapat diartikan bahwa kepuasan adalah penilaian pelanggan terhadap produk atau jasa di mana produk atau jasa tersebut telah memenuhi kebutuhan dan harapan mereka.

Dari berbagai pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah respon dari perilaku yang ditunjukkan oleh pelanggan dengan membandingkan antara kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapan. Apabila hasil yang dirasakan di bawah harapan, maka pelanggan akan kecewa, kurang

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 21/7/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id) 21/7/23

puas bahkan tidak puas. Namun sebaliknya, bila sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas. Bila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas.

1. Prinsip Dasar Kepuasan Pelanggan

Pada dasarnya kepuasan pelanggan merupakan penilaian pelanggan terhadap penampilan dan kinerja barang atau jasa itu sendiri, apakah dapat memenuhi tingkat keinginan, hasrat, dan tujuan pelanggan. Sejalan dengan hal tersebut, maka kepuasan pelanggan sangat tergantung pada persepsi dan harapan pelanggan (Nasution, 2005).

Menurut Gasperz (dalam Nasution, 2005) faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan pelanggan adalah sebagai berikut :

- a. Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan pelanggan ketika mereka sedang mencoba melakukan transaksi dengan produsen atau perusahaan. Jika pada saat itu kebutuhan dan keinginannya besar, harapan pelanggan akan tinggi, dan demikian sebaliknya.
- b. Pengalaman masa lalu ketika mengkonsumsi produk dari perusahaan maupun produk dari pesaingnya.
- c. Pengalaman dari teman-teman yang menggunakan produk yang sama.
- d. Komunikasi melalui iklan dan pemasaran, di mana kampanye yang berlebihan dan secara aktual tidak mampu memenuhi harapan pelanggan akan mengakibatkan dampak negatif terhadap persepsi pelanggan.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 21/7/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id) 21/7/23

2. Aspek-aspek Kepuasan Pelanggan

Wilkie (1994) menyatakan bahwa terdapat lima aspek pada kepuasan pelanggan, yakni :

a. *Expectation* (Harapan).

Harapan pelanggan terhadap suatu barang atau jasa telah dibentuk sebelum pelanggan membeli barang atau jasa tersebut. Pada saat proses pembelian dilakukan, pelanggan berharap bahwa barang atau jasa yang mereka terima sesuai dengan harapan, keinginan, dan keyakinan mereka, maka pelanggan akan merasa puas.

b. *Performance* (Kinerja).

Pengalaman pelanggan terhadap kinerja aktual barang atau jasa ketika digunakan tanpa dipengaruhi oleh harapan mereka. Ketika kinerja aktual barang atau jasa berhasil tanpa dipengaruhi oleh harapan mereka, maka pelanggan akan merasa puas.

c. *Comparison* (Perbandingan).

Membandingkan harapan kinerja barang atau jasa sebelum membeli dengan persepsi kinerja aktual barang atau jasa tersebut. Pelanggan akan merasa puas ketika harapan sebelum pembelian sesuai atau melebihi persepsi mereka terhadap kinerja aktual produk.

d. *Confirmation/disconfirmation*.

Harapan pelanggan dipengaruhi oleh pengalaman mereka terhadap penggunaan barang atau jasa yang berbeda dari orang lain. Melalui

UNIVERSITAS MEDAN AREA

----- penggunaan produk lain dan komunikasi dari perusahaan, serta orang lain. Document Accepted: 21/7/23

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id) 21/7/23

pelanggan membandingkan harapan kinerja barang atau jasa yang dibeli dengan kinerja aktual barang atau jasa tersebut. *Confirmation* terjadi ketika harapan sesuai dengan kinerja aktual produk. *Disconfirmation* terjadi ketika harapan lebih tinggi atau lebih rendah dari kinerja aktual produk. Pelanggan akan merasa puas ketika terjadi *confirmation*, dan *disconfirmation* ketika harapan melebihi atau kurang dari kinerja aktual barang atau jasa.

e. *Discrepancy* (Ketidaksesuaian).

Ketika tingkat kinerja produk tidak sama, ketidaksesuaian diukur dengan mengindikasikan perbedaan yang satu (harapan pelanggan) dengan yang lain (kinerja aktual produk). Ketika pelanggan puas, maka pelanggan akan menggunakan barang atau jasa yang sama, dan ketika pelanggan merasa tidak puas maka pelanggan akan menuntut perbaikan atau komplain terhadap perusahaan.

Jadi, aspek-aspek kepuasan pelanggan meliputi *expectation* (harapan), *performance* (kinerja), *comparison* (perbandingan), *confirmation/disconfirmation*, dan *discrepancy* (ketidaksesuaian).

3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan prioritas paling utama dalam suatu perusahaan, maka perusahaan harus memiliki fokus pada konsumen.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 21/7/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)21/7/23

Lupiyadi (dalam Hendroyono, 2007) menyatakan bahwa terdapat lima faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu :

a. Kualitas produk (barang atau jasa).

Pelanggan akan merasa puas bila evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan memang berkualitas.

b. Kualitas pelayanan.

Pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.

c. Emosi.

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia, bila menggunakan produk tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan dipengaruhi dari nilai sosial atau *self esteem* yang membuat pelanggan menjadi puas terhadap barang tertentu.

d. Harga.

Produk yang memberikan kualitas yang sama tapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.

e. Biaya.

Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk cenderung puas terhadap produk tersebut.

Dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah respon dari perilaku yang ditunjukkan oleh pelanggan dengan membandingkan antara kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapan. Dengan menitikberatkan pada aspek-aspek seperti harapan, kinerja, perbandingan, dan ketidaksesuaian. Serta dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, dan biaya.

C. Listrik Prabayar

Sejak diluncurkan pada Januari 2008, listrik prabayar menjadi salah satu pilihan masyarakat dalam kemudahan pengelolaan pemakaian listrik mereka. Listrik prabayar merupakan cara pembelian listrik di mana pelanggan membayar terlebih dahulu baru kemudian menikmati aliran listrik. Berupa *voucher* isi ulang yang telah tersedia di ribuan loket-loket yang tersebar di seluruh Indonesia, *voucher* listrik prabayar (*stroom*) ini diharapkan mampu menjangkau lebih luas masyarakat melalui kemitraan dengan bank-bank, PT. POS Indonesia, dan mitra pihak ketiga lainnya.

Layanan listrik prabayar ini menggunakan alat khusus yang berbeda dengan layanan listrik *pascabayar*. Alat khusus ini dinamakan kWh Meter (meteran listrik) Prabayar, atau lebih dikenal sebagai Meter Prabayar. Setiap pelanggan prabayar akan dilengkapi dengan meter prabayar ini beserta satu kartu prabayar (*ID card*). Meter tersebut yang akan mencatat penggunaan listrik anda. Sedangkan kartu prabayar, selain sebagai nomor identitas pelanggan prabayar, juga berfungsi sebagai alat transaksi pembelian energi listrik. Kartu prabayar tersebut dipakai

oleh pelanggan selama masih berlangganan listrik PLN. Jadi, saat membeli energi listrik (isi ulang), pelanggan harus menunjukkan dan memberikan kartu prabayar kepada petugas PLN untuk dilakukan pengisian energi listrik. Tanpa kartu prabayar, pengisian ulang tidak dapat dilakukan.

Listrik prabayar menurut PT. Metbelosa adalah sebuah sistem pembayaran listrik di mana pelanggan membayar di muka untuk sejumlah satuan kWh sebelum pelanggan dapat menikmati pasokan listrik, pasokan listrik akan terputus jika tidak dilakukan pengisian ulang. Sistem listrik prabayar mirip dengan sistem prabayar telekomunikasi selular dalam bentuk kartu prabayar dan pulsa isi ulang, layanan telekomunikasi terputus bila pulsa habis untuk dapat berkomunikasi pelanggan harus membeli *voucher* isi ulang. Sistem listrik prabayar memudahkan pelanggan untuk mengontrol pemakaian listrik sesuai dengan kemampuan pelanggan.

PT. PLN (Persero) menjelaskan bahwa pada sistem prabayar, pelanggan harus mengeluarkan uang atau membayar dulu energi listrik yang akan dikonsumsinya. Besar energi listrik yang telah dibeli oleh pelanggan dimasukkan ke dalam Meter Prabayar (MPB) yang terpasang di lokasi pelanggan melalui sistem '*token*' atau *stroom*. MPB 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 sistem prabayar, pelanggan tidak perlu

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 21/7/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)21/7/23

berurusan dengan pencatat meter yang biasanya dilakukan setiap bulan, dan tidak perlu terikat dengan jadwal pembayaran listrik bulanan.

1. Keunggulan Listrik Prabayar

Ada beberapa keunggulan yang dapat dirasakan oleh pelanggan melalui listrik prabayar, yaitu :

- a. Lebih mudah kendalikan pemakaian listrik.

Melalui meter elektronik prabayar, pelanggan dapat memantau pemakaian listrik sehari-hari. Di meter tersebut tertera angka sisa pemakaian kWh terakhir. Bila dirasa boros, pelanggan dapat mengerem pemakaian listriknya.

- b. Bebas kesalahan catat meter.

Keluhan terbanyak saat ini terhadap PLN adalah pencatatan meteran yang tidak konsisten. Dengan listrik prabayar, tak ada lagi “acara main tembak” meteran listrik.

- c. Membeli sesuai kemampuan.

Dengan nilai *voucher stroom* bervariasi dari Rp.20.000,- s/d Rp.1.000.000,-, memberikan keleluasaan bagi pelanggan dalam membeli listrik sesuai kemampuan & kebutuhan.

- d. Tidak akan terkena biaya keterlambatan.

Tidak ada lagi biaya tambahan bayar listrik dikarenakan terbebani biaya keterlambatan akibat lupa bayar rekening listrik. Karena sudah bayar di muka.

- e. *Privacy* lebih terjaga.

Kasus kemalingan berkedok pencatat meteran listrik, sudah tidak masalah lagi. Pelanggan tidak usah repot menunggu dan membukakan pintu bagi petugas pencatat meteran karena meter digital prabayar otomatis mencatat sendiri pemakaian listrik pelanggan.

- f. Bebas biaya abodemen.

Tidak ada lagi tarif per-golongan per-kWh plus beban, PPJ, dan materai.

- g. Jaringan luas pembelian *stroom* isi ulang prabayar.

Pelanggan dapat membeli *voucher* isi ulang di tempat-tempat yang telah berpartisipasi seperti bank-bank, PT. POS Indonesia, dan mitra pihak ketiga lainnya.

2. Proses Pasang Baru Listrik Prabayar

Berikut ini adalah urutan proses pasang baru listrik prabayar, sebagai berikut :

- a. Calon pelanggan melakukan pendaftaran.

- b. Petugas PLN melakukan survey.

- c. Penerbitan surat persetujuan.

- d. Calon pelanggan menyampaikan Sertifikasi Laik Operasi (SLO).

- e. Calon pelanggan membayar biaya penyambungan dan *stroom* perdana.
- f. Calon pelanggan menandatangani Surat Perjanjian Jual Beli Tenaga Listrik (SPJBTL).
- g. Petugas PLN melaksanakan penyambungan.

3. Proses Migrasi dari Listrik *Pascabayar* ke Listrik Prabayar.

Berikut ini adalah urutan proses migrasi dari listrik *pascabayar* ke listrik prabayar, sebagai berikut :

- a. Pelanggan melakukan pendaftaran dilengkapi KTP dan denah lokasi.
- b. Penerbitan surat persetujuan.
- c. Membayar biaya *stroom* perdana.
- d. Menandatangani Surat Perjanjian Jual Beli Tenaga Listrik (SPJBTL).
- e. Petugas PLN melaksanakan penggantian kWh meter.

4. Mekanisme Listrik Prabayar

Berikut akan dijelaskan tentang mekanisme listrik prabayar, yaitu:

- a. UPJ / AJ / AP / APJ / Cabang memasang kWh meter prabayar bagi pelanggan baru atau mengganti kWh meter yang lama dengan kWh meter prabayar bagi pelanggan lama (pelanggan migrasi).

- b. Pelanggan mendapat nomor meter Prabayar berupa 11 digit angka pengenal merupakan data identitas meter yang terpasang di pelanggan, yang selanjutnya akan dipergunakan oleh pelanggan dalam pembelian token/*voucher* di *payment point online* bank atau loket PT. PLN (Persero).
- c. *Payment point online* bank atau loket PT. PLN (Persero) sebagai penyelenggara penjualan listrik Prabayar menyampaikan pilihan besaran token/*voucher* kepada pelanggan, dan pelanggan mengkonfirmasi setuju membeli besaran token/*voucher* listrik tertentu.
- d. *Payment point online* bank atau loket PT. PLN (Persero) menerima dana pembelian token/*voucher* dari pelanggan dan sistem mencatat transaksi dan menerbitkan token/*voucher* senilai besaran token/*voucher* yang dibeli berupa 20 digit kode/angka yang unik dan untuk menggunakan media *card*, kWh akan langsung diisi ulang ke dalam *card* tersebut.
- e. *Payment point online* bank atau loket PT. PLN (Persero) memberikan bukti pelunasan pembelian token/*voucher* atau *card* yang sudah terisi ulang sesuai tersebut pada butir 4 di atas kepada pelanggan.
- f. Pelanggan mengakses/memasukkan 20 digit kode *token* (angka unik) yang tercantum pada struk tersebut ke meter Prabayar atau menggesek media *card* pada meter Prabayar dan menggunakan energi listrik sesuai dengan besaran token/*voucher* yang dibeli.
- g. *Payment point online* bank atau loket PT. PLN (Persero) melakukan transfer dana pembelian token/*voucher* dari pelanggan ke rekening *receipt*

PT. PLN (Persero).
UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 21/7/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)21/7/23

Sesuai dengan uraian di atas listrik Prabayar adalah sebuah sistem pembayaran listrik di mana pelanggan membayar di muka untuk sejumlah satuan kWh sebelum pelanggan dapat menikmati pasokan listrik, pasokan listrik akan terputus jika tidak dilakukan pengisian ulang. Namun, sistem ini memiliki keunggulan seperti lebih mudah mengendalikan pemakaian listrik, bebas kesalahan catat meter, membeli sesuai kemampuan, tidak akan terkena biaya keterlambatan, *privacy* lebih terjaga, bebas biaya abodemen, jaringan luas pembelian *stroom* isi ulang Prabayar.

D. Listrik *Pascabayar*

Selama ini pelanggan PT. PLN (Persero) mendapatkan listrik *pascabayar*, yaitu pelanggan menggunakan listrik dulu dan membayar belakangan, pada bulan berikutnya. Setiap bulan PLN harus mencatat meter, menghitung dan menerbitkan rekening yang harus dibayar pelanggan, melakukan penagihan kepada pelanggan yang terlambat atau tidak membayar rekening listrik setelah waktu tertentu (PT. PLN (Persero)).

Sebagaimana yang kita ketahui, listrik dengan sistem *pascabayar* adalah kita menggunakan energi listrik terlebih dahulu, kemudian pencatatan angka kWh meter yang menjadi dasar pembayaran di bulan berikutnya. Keuntungan cara ini, pelanggan tidak perlu repot memasukkan kode *voucher* setiap bulannya, dan cukup pergi ke loket pembayaran listrik setiap bulan. Kelemahannya adalah dari

UNIVERSITAS MEDAN AREA *pascabayar* terkadang pelanggan bisa melakukan

pencurian listrik, misalnya daya terpasang 450 kWh, namun banyak pelanggan secara sepihak memanipulasi meteran listrik sehingga dayanya menjadi lebih dari daya yang terpasang sebesar 450 kWh. Dari sisi pelanggan, apabila terjadi keterlambatan bayar, akan dikenakan denda, dengan resiko terlambat selama tiga bulan akan dicabut haknya menggunakan meteran PLN. Dengan sistem *pascabayar*, terkadang terjadi kesalahan pencatatan antara tertera di meteran pelanggan dengan data yang dimiliki PLN.

1. Mekanisme Listrik *Pascabayar*

Berikut akan dijelaskan tentang mekanisme listrik *pascabayar*, yaitu :

a. Pelayanan pelanggan.

Sebagai pintu gerbang pertama bagi pelanggan, calon pelanggan atau masyarakat yang memerlukan informasi dan layanan yang berhubungan dengan penyambungan baru, perubahan daya, penyambungan sementara, perubahan nama, perubahan tarif, pindah pembayaran, dan sebagainya.

b. Pembacaan meter.

Pemakaian tenaga listrik setiap bulan dicatat dengan baik, benar, tepat waktu dan sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan. Hasil pencatatan *stand* meter dan pemakaian kWh dikirim ke pembuatan rekening.

c. Pembuatan rekening.

Membuat rekening listrik bulanan seluruh pelanggan sesuai dengan jadwal

d. Pembukuan pelanggan.

Sebagai *internal audit*, melakukan pengurusan, pengawasan dan pencatatan transaksi hutang-piutang pelanggan dengan PLN.

e. Penagihan.

Secara langsung berhubungan dengan pelanggan yang membayar rekening listrik bulan berjalan dan rekening tunggakan.

f. Pengawasan kredit.

Sama dengan penagihan dalam kegiatannya secara langsung berhubungan dengan pelanggan, khusus melakukan sanksi pemutusan sementara, penyambungan kembali dan pemutusan rampung. Dan juga melaksanakan penyelesaian dan pengawasan penghapusan piutang ragu-ragu. Berperan dalam hal menarik piutang yang tertunggak dan dalam hal menurunkan ratio piutang listrik dengan melakukan berbagai upaya, agar piutang pelanggan yang tertunggak dilunasi pelanggan.

2. Tahapan Runtunan Calon Pelanggan dan Pada Saat Menjadi Pelanggan

Berikut tahapan-tahapannya, yaitu :

- a. Melakukan survey atau perencanaan lokasi.
- b. Melaksanakan penyambungan tenaga listrik.
- c. Melaksanakan pencatatan *stand* meter.
- d. Melakukan perbaikan gangguan listrik.

- e. Melaksanakan sanksi pemutusan aliran listrik, apabila terjadi hutang pelanggan tidak dibayar.

3. Proses Penyambungan Baru Listrik *Pascabayar*

Berikut ini adalah proses penyambungan baru listrik *pascabayar*, sebagai berikut :

- a. Pelayanan pendaftaran.
- b. Berkas permintaan dan pengiriman berkas.
- c. Perencanaan/survei.
- d. Surat jawaban.
- e. Perjanjian jual beli tenaga listrik.
- f. Pemeriksaan pembayaran.
- g. Pelaksanaan pembayaran.
- h. Pelaksanaan penyambungan.

Sesuai dengan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa listrik *pascabayar* adalah pelanggan menggunakan listrik dulu dan membayar belakangan, pada bulan berikutnya. Setiap bulan PLN harus mencatat meter, menghitung dan menerbitkan rekening yang harus dibayar pelanggan, melakukan penagihan kepada pelanggan yang terlambat atau tidak membayar rekening listrik setelah waktu tertentu. Keuntungan cara ini, pelanggan tidak perlu repot memasukkan

UNIVERSITAS MEDAN AREA

kode *voucher* setiap bulannya. Kelemahannya adalah dari sisi PLN, dengan sistem

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)21/7/23

pascabayar terkadang pelanggan bisa melakukan pencurian listrik. Dari sisi pelanggan, apabila terjadi keterlambatan bayar, akan dikenakan denda, dengan resiko terlambat selama tiga bulan akan dicabut haknya menggunakan meteran PLN. Dengan sistem *pascabayar*, terkadang terjadi kesalahan pencatatan antara tertera di meteran pelanggan dengan data yang dimiliki PLN.

E. Perbandingan Prabayar dengan *Pascabayar* Berdasarkan Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan

Perbandingan prabayar dengan *pascabayar* berdasarkan faktor-faktor kepuasan pelanggan dapat kita lihat pada tabel berikut ini :

Tabel 1. Perbandingan Prabayar dengan *Pascabayar*

No.	Prabayar	<i>Pascabayar</i>
Kualitas Produk		
1.	Tidak ada pencatatan meter sehingga sumber susut dan keluhan dapat diminimalisasi atau dihilangkan.	Memerlukan pencatatan meter yang memerlukan biaya. Pencatatan meter yang tidak akurat dapat menjadi sumber susut atau keluhan pelanggan.
2.	Tidak ada pemutusan aliran listrik karena tidak ada pembayaran	Pelanggan yang tidak membayar rekening bulanan setelah waktu

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

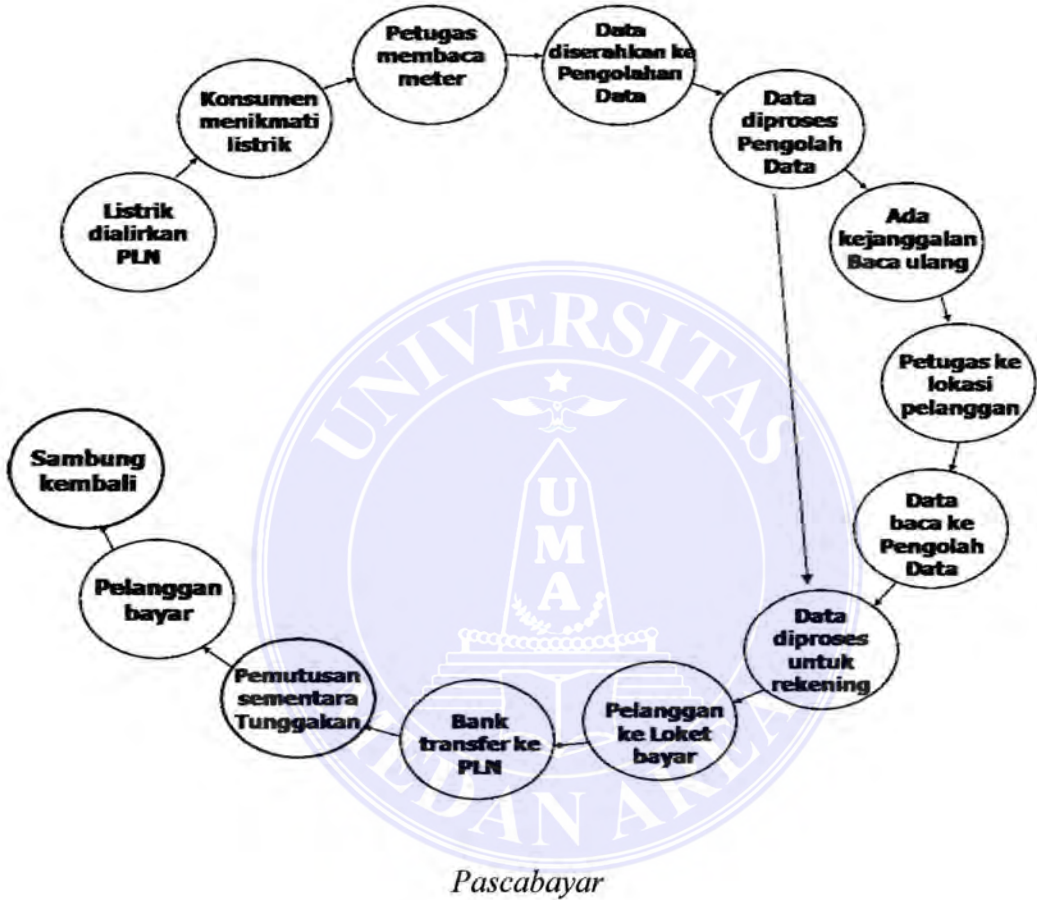
Document Accepted 21/7/23

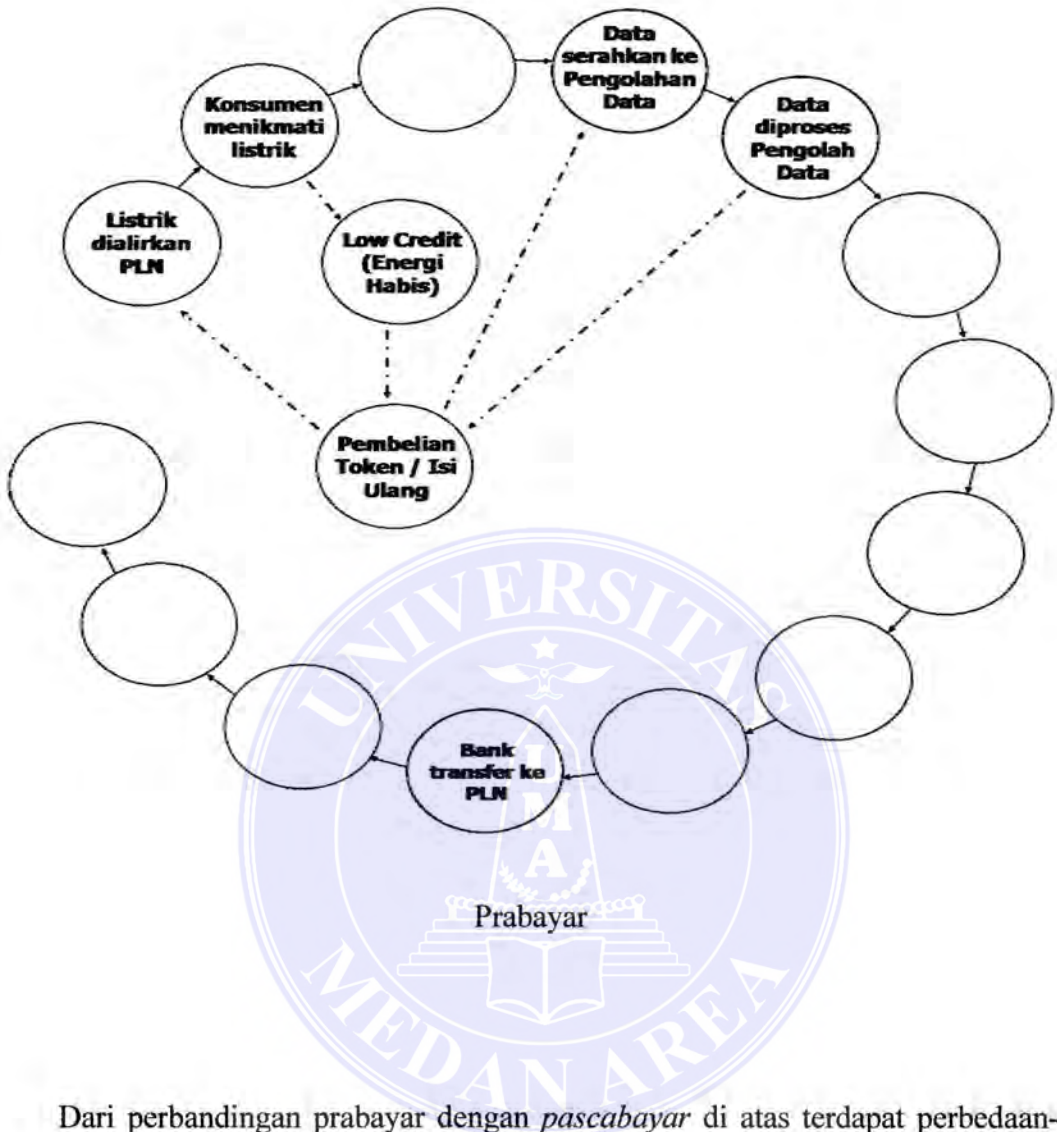
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)21/7/23

	rekening bulanan.	tertentu, dilakukan pemutusan penyambungan.
Kualitas Pelayanan Produk		
3.	Menerima uang sebelum energi listrik dikonsumsi pelanggan.	Menerima uang setelah energi listrik dikonsumsi pelanggan.
4.	Mengendalikan sendiri pemakaian, sesuai dengan stroom yang tersedia.	Pelanggan kurang dapat mengendalikan pemakaian tenaga listrik karena tidak terkait dengan jumlah stroom yang tersedia.
Biaya		
5.	Tidak dikenakan denda keterlambatan, karena pembayaran dilakukan sebelum energi listrik dikonsumsi.	Pelanggan yang terlambat membayar rekening bulanan dikenakan denda keterlambatan.
6.	Pelanggan tidak dikenakan Uang Jaminan Pelanggan (UJL) pada saat melakukan penyambungan baru.	Pelanggan membayar Uang Jaminan Pelanggan (UJL) pada saat melakukan penyambungan baru.
7.	Dalam menghitung energi listrik yang dikonsumsi tidak memperhitungkan biaya beban.	Rekening bulanan memperhitungkan biaya beban.

Skema 1. Perbandingan Prabayar dengan *Pascabayar*



Dari perbandingan prabayar dengan *pascabayar* di atas terdapat perbedaan-perbedaan seperti proses pembayarannya, biaya tambahan, pemutusan aliran listrik, denda, dan pengendalian terhadap penggunaan listrik. Pada putaran sistemnya pun terdapat perbedaan yang jelas, bahwa listrik prabayar prosesnya tidak memerlukan banyak bagian yang ikut terlibat dan lebih singkat daripada listrik *pascabayar*.

F. Perbedaan Kepuasan Pelanggan yang Menggunakan Listrik Prabayar dengan *Pascabayar*

Lupiyadi (dalam Hendroyono, 2007) menyatakan bahwa terdapat faktor-faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu kualitas produk (barang atau jasa), kualitas pelayanan, harga, dan biaya. Hermana & Johan (2008) menjelaskan bahwa pelanggan akan merasa puas ketika barang atau jasa yang mereka gunakan memiliki kualitas yang baik. Menurut PT PLN (Persero) listrik prabayar dapat mengurangi kecurangan/kesalahan baca meter dan pelanggan dapat mengendalikan sendiri pemakaian listrik, sesuai dengan stroom yang tersedia. Hal ini dapat menggambarkan bahwa terdapat perbedaan kepuasan pelanggan yang menggunakan listrik prabayar dengan pascabayar.

Selanjutnya Hermana & Johan (2008) menyatakan bahwa harga yang murah akan menciptakan rasa puas bagi pelanggan. Menurut PT PLN (Persero) pada listrik prabayar dalam menghitung energi listrik yang dikonsumsi tidak memperhitungkan biaya beban. Harga adalah faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di mana harga yang murah akan menciptakan rasa puas bagi pelanggan. Adanya perbedaan harga yang ditetapkan antara pelanggan yang menggunakan listrik prabayar dengan *pascabayar* mengindikasikan adanya perbedaan kepuasan pelanggan dalam penggunaan kedua listrik tersebut.

Hermana & Johan (2008) menyatakan bagaimana suatu jasa dengan mudah didapatkan tanpa mengeluarkan biaya tambahan merupakan suatu faktor sehingga

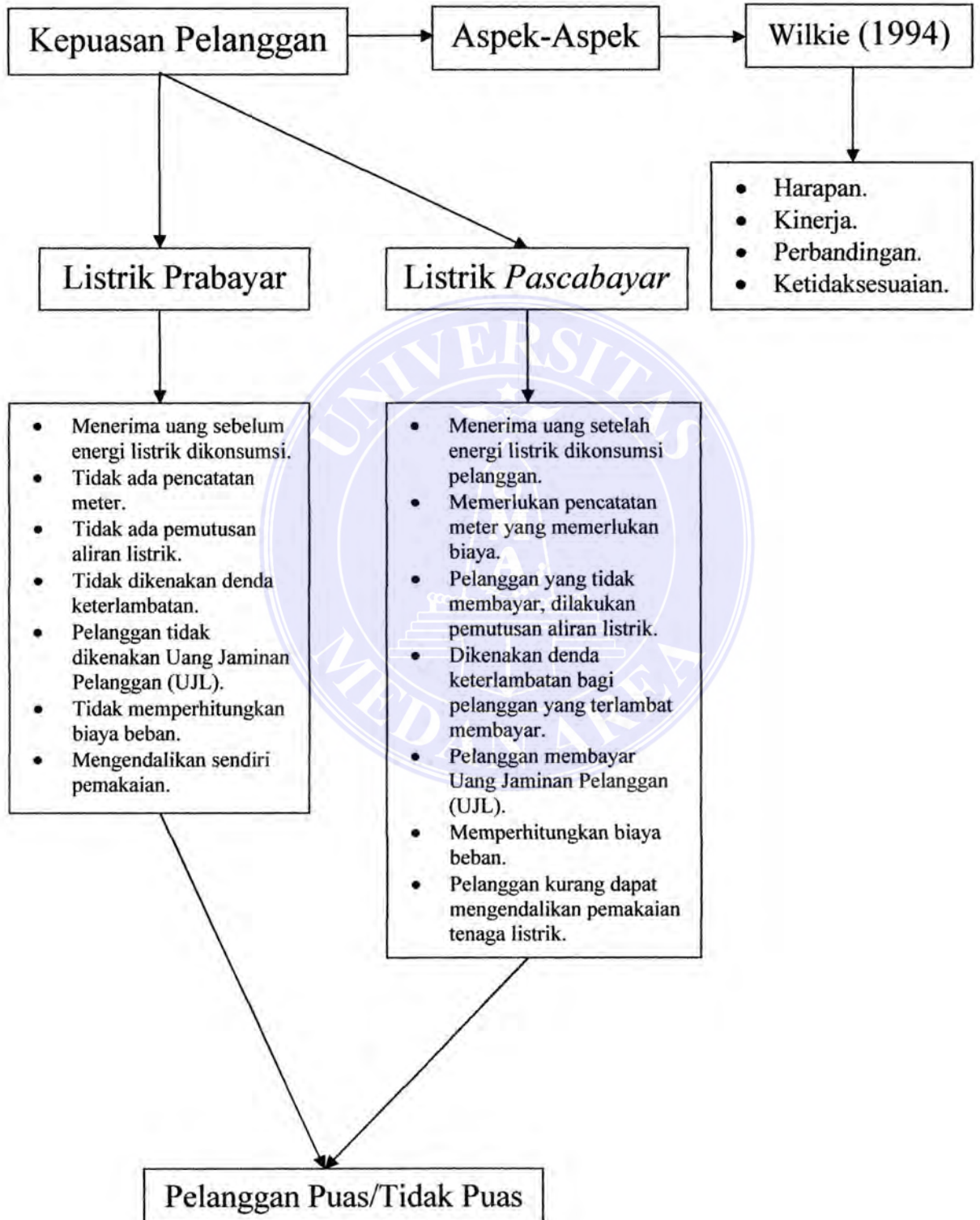
pelanggan merasakan kepuasan. PT PLN (Persero) menyatakan bahwa dalam

listrik Prabayar calon pelanggan baru tidak perlu menyediakan uang jaminan langganan atau uang muka tagihan listrik dan bebas akan biaya abodemen. Hal ini dapat menjadi keterangan akan adanya perbedaan kepuasan antara pelanggan yang menggunakan listrik Prabayar dengan *pascabayar*.

Dari keterangan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat perbedaan kepuasan pelanggan yang menggunakan listrik Prabayar dengan *pascabayar* yaitu dari kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, dan biaya.



G. Kerangka Konseptual



H. Hipotesis

Ada perbedaan kepuasan pelanggan yang menggunakan listrik prabayar dengan *pascabayar*. Dengan asumsi, pelanggan yang menggunakan listrik prabayar merasa lebih puas daripada pelanggan yang menggunakan listrik *pascabayar*.





BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan unsur penting dalam sebuah penelitian ilmiah sehingga metode yang digunakan dalam penelitian dapat menentukan apakah hasil penelitian tersebut dapat dipertanggungjawabkan (Hadi, 2000). Atas dasar itu maka dalam bab ini akan dibahas mengenai masalah-masalah metodologis dalam penelitian ini.

A. Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Dengan metode kuantitatif akan diperoleh signifikansi perbedaan kelompok (komparatif) atau signifikansi hubungan antar variabel yang diteliti (korelasi).

Menurut Neuman (2003), prosedur yang biasa digunakan dalam penelitian kuantitatif ada tiga, yaitu : eksperimen, survei, dan *content analysis*. Berdasarkan klasifikasi yang dikemukakan Neuman (2003) tersebut, maka tipe penelitian kuantitatif yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian survei.

Menurut Zikmund (1997) metode penelitian survei adalah suatu bentuk teknik penelitian di mana informasi dikumpulkan dari sejumlah sampel berupa orang, melalui pertanyaan-pertanyaan. Menurut Gay & Diehl (1992) metode penelitian survei merupakan metode yang digunakan sebagai kategori umum penelitian yang

UNIVERSITAS MEDAN AREA
menggunakan kuesioner dan wawancara. Sedangkan menurut Bailey (1982)

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

metode penelitian survei merupakan suatu metode penelitian yang teknik pengambilan datanya dilakukan melalui pertanyaan tertulis atau lisan.

B. Identifikasi Variabel Penelitian

Adapun variabel yang terlibat pada penelitian ini antara lain :

1. Variabel terikat : Kepuasan Pelanggan
2. Variabel bebas : Listrik Prabayar dan Listrik *Pascabayar*

C. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional adalah definisi yang didasarkan atas sifat-sifat hal yang didefinisikan yang dapat diamati atau diobservasi (Suryabrata, 2000). Definisi operasional variabel-variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah respon dari perilaku yang ditunjukkan oleh pelanggan dengan membandingkan antara kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapan. Kepuasan pelanggan ini akan diukur menggunakan “skala kepuasan pelanggan” yang disusun berdasarkan aspek-aspek yang dikemukakan oleh Wilkie (1994), yaitu : *expectation* (harapan), *performance* (kinerja), *comparison* (perbandingan), *discrepancy* (ketidaksesuaian).

Skor skala ini menunjukkan bahwa semakin tinggi skor jawaban maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan. Sebaliknya semakin rendah skor jawaban maka semakin rendah tingkat kepuasan pelanggan.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 21/7/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)21/7/23

2. Listrik Prabayar

Listrik prabayar adalah sebuah sistem pembayaran listrik di mana pelanggan membayar di muka untuk sejumlah satuan kWh sebelum pelanggan dapat menikmati pasokan listrik, pasokan listrik akan terputus jika tidak dilakukan pengisian ulang.

3. Listrik *Pascabayar*

Listrik *pascabayar* adalah pelanggan menggunakan listrik dulu dan membayar belakangan, pada bulan berikutnya.

D. Subjek Penelitian

1. Populasi dan Sampel

Populasi adalah seluruh objek yang dimaksud untuk diteliti. Populasi dibatasi sebagai sejumlah atau individu yang paling sedikit dan memiliki satu sifat yang sama (Hadi, 2000). Menyadari luasnya keseluruhan populasi dan keterbatasan yang dimiliki peneliti, maka subyek penelitian yang dipilih adalah sebagian dari keseluruhan populasi yang dinamakan sampel. Sampel adalah sebagian dari populasi atau sejumlah penduduk yang jumlahnya kurang dari jumlah populasi dan harus mempunyai paling sedikit satu sifat yang sama (Hadi, 2000).

Pada penelitian ini, peneliti meneliti di daerah Rayon Binjai Kota. Adapun populasi di daerah tersebut berjumlah 51.690 pelanggan yang terdiri dari 4.683 pelanggan yang menggunakan listrik prabayar dan 47.007 pelanggan yang menggunakan listrik *pascabayar*.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 21/7/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)21/7/23

2. Teknik Pengambilan Sampel

Adapun upaya untuk memperoleh sampel penelitian dalam penelitian ini digunakan teknik *purposive sampling*, *purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan khusus sehingga layak dijadikan sampel (Sugiyono, 2010).

Pemilihan sampel penelitian dilakukan sesuai dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Anggota keluarga yang tinggal di rumah.
- b. Menggunakan listrik Prabayar atau *pascabayar* minimal dua bulan.
- c. Di Kecamatan Binjai Utara.

Sehingga dalam penelitian ini sampel yang diambil oleh peneliti adalah 100 pelanggan yang berada di Kecamatan Binjai Utara, di antaranya 50 pelanggan yang menggunakan listrik Prabayar dan 50 pelanggan yang menggunakan listrik *pascabayar*.

E. Teknik Pengumpulan Data

Metode penelitian hendaknya disesuaikan dengan tujuan penelitian dan bentuk data yang akan diambil dan diukur (Hadi, 2000). Data penelitian ini diperoleh dengan menggunakan laporan diri berupa kolom isian pribadi subjek penelitian dan skala, dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Kolom Isian Data Pribadi.

Digunakan untuk memperoleh data mengenai nama, usia, jenis kelamin, dan listrik yang digunakan. Dalam hal ini subjek diminta untuk menuliskannya dalam kolom yang tersedia.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 21/7/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)21/7/23

2. Skala.

Metode skala digunakan karena data yang ingin diukur berupa konstruk atau konsep psikologis yang dapat diungkap secara tidak langsung melalui indikator-indikator perilaku yang diterjemahkan dalam bentuk item-item pernyataan (Azwar, 2000). Azwar mengungkapkan skala sikap merupakan kumpulan pernyataan-pernyataan mengenai suatu objek sikap. Dari respon subjek diharapkan pada setiap pernyataan tersebut kemudian dapat disimpulkan mengenai arah dan intensitas sikap seseorang.

Hadi (2000) menyatakan bahwa skala dapat digunakan dalam penelitian berdasarkan asumsi-asumsi sebagai berikut:

- a. Subjek adalah orang yang paling tahu tentang dirinya.
- b. Apa yang dikatakan oleh subjek kepada peneliti adalah benar dan dapat dipercaya.
- c. Interpretasi subjek tentang pernyataan-pernyataan yang diajukan sama dengan apa yang dimaksud oleh peneliti.

Penelitian ini menggunakan penskalaan model Likert. Penskalaan ini merupakan model penskalaan pernyataan sikap yang menggunakan distribusi respons sebagai dasar penentuan nilai sikap (Azwar, 2000).

1. Skala Kepuasan Pelanggan

Skala kepuasan pelanggan disusun berdasarkan aspek-aspek yang dikemukakan oleh Wilkie (1994), yaitu:

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 21/7/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)21/7/23

a. *Expectations* (harapan).

Harapan pelanggan terhadap suatu barang atau jasa telah dibentuk sebelum pelanggan menggunakan barang atau jasa tersebut. Ketika barang atau jasa sesuai atau melebihi harapan mereka, maka pelanggan akan merasa puas.

b. *Performance* (kinerja).

Pengalaman pelanggan terhadap kinerja aktual barang atau jasa ketika digunakan tanpa dipengaruhi oleh harapan mereka. Ketika kinerja aktual barang atau jasa berhasil tanpa dipengaruhi oleh harapan mereka, maka pelanggan merasa puas.

c. *Comparison* (perbandingan).

Membandingkan harapan kinerja barang atau jasa sebelum menggunakan dengan persepsi kinerja aktual barang atau jasa tersebut. Pelanggan akan merasa puas ketika harapan sebelum menggunakan sesuai atau melebihi persepsi mereka terhadap kinerja aktual produk.

d. *Discrepancy* (ketidaksesuaian).

Ketika tingkat kinerja produk tidak sama, ketidaksesuaian diukur dengan mengindikasikan perbedaan yang satu (harapan pelanggan) dengan yang lain (kinerja aktual produk). Ketika pelanggan puas, maka pelanggan akan menggunakan barang atau jasa yang sama, dan ketika pelanggan merasa tidak puas maka pelanggan akan melakukan menuntut perbaikan atau komplain terhadap perusahaan.

Setiap aspek-aspek di atas akan diuraikan ke dalam sejumlah pernyataan *favorable* (mendukung) dan *unfavorable* (tidak mendukung), dimana subyek akan diberikan alternatif pilihan jawaban yaitu: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Nilai setiap pilihan bergerak dari 1 sampai 4. Untuk item yang *favorable*, pilihan SS akan mendapatkan skor empat, pilihan S akan mendapatkan skor tiga, pilihan TS akan mendapatkan skor dua, dan pilihan STS akan mendapatkan skor satu. Sedangkan untuk item yang *unfavorable* pilihan SS akan mendapatkan skor satu, pilihan S mendapatkan skor dua, pilihan TS akan mendapatkan skor tiga, dan pilihan STS akan mendapatkan skor empat. Skor skala ini menunjukkan bahwa semakin tinggi skor jawaban maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan. Sebaliknya semakin rendah skor jawaban maka semakin rendah tingkat kepuasan pelanggan.

2. Validitas dan Reliabilitas

Validitas dan reliabilitas alat ukur yang digunakan dalam sebuah penelitian sangat menentukan keakuratan dan keobjektifan hasil penelitian yang dilakukan. Suatu alat ukur yang tidak valid dan tidak reliabel akan memberikan informasi yang tidak akurat mengenai keadaan subyek atau individu yang dikenai tes ini (Azwar, 2000). Oleh karena itu, peneliti melakukan uji coba terhadap alat ukur.

a. Uji Validitas

Validitas alat ukur adalah sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu alat tes atau instrumen pengukuran dikatakan memiliki validitas yang tinggi apabila alat tersebut mampu menjalankan fungsi ukurnya atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut (Azwar, 2000).

Azwar (2000) menyatakan bahwa suatu validitas menunjukkan kecermatan pengukuran mengenai gambaran perbedaan-perbedaan di antara subjek yang satu dengan yang lain. Dalam penelitian ini, validitas yang digunakan adalah validitas isi (*content validity*). Menurut Azwar (2000) validitas isi bertujuan untuk mengungkap sejauh mana alat ukur layak digunakan untuk mengungkap atribut yang dikehendaki oleh perancang skalanya. Pelaksanaan validitas isi dilakukan dengan menggunakan pertimbangan *professional judgment*, yaitu dosen pembimbing dan *try out* (uji coba) skala. Dengan menggunakan spesifikasi alat ukur yang telah ada, akan dilakukan analisa logis untuk menetapkan apakah item-item yang telah dikembangkan memang mengukur (representatif bagi) apa yang dimaksudkan untuk diukur (Suryabrata, 2000).

b. Uji Daya Beda Item

Sebelum melakukan pengujian reliabilitas, hendaknya terlebih dahulu melakukan prosedur seleksi item dengan cara menguji karakteristik masing-masing item yang menjadi bagian tes yang bersangkutan. Item-item yang tidak memenuhi syarat kualitas tidak boleh diikutkan menjadi bagian tes (Azwar,2000).

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 21/7/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)21/7/23

Prinsip kerja yang dijadikan dasar untuk melakukan seleksi item dalam hal ini adalah memilih item-item yang fungsi ukurnya selaras atau sesuai dengan fungsi ukur skala sebagaimana dikehendaki oleh peneliti.

Pernyataan-pernyataan pada skala diuji daya beda itemnya dengan menghitung antara skor item dengan skor total skala. Teknik statistika yang digunakan adalah koefisiensi *Pearson Product Moment*. Formulasi koefisien korelasi *Pearson Product Moment* digunakan bagi tes-tes yang setiap itemnya diberi skor kontinyu. Semakin tinggi koefisien korelasi positif antara skor item dengan skor skala berarti semakin tinggi konsistensi antara item tersebut dengan skala secara keseluruhan yang berarti semakin tinggi daya bedanya. Bila koefisien korelasi rendah mendekati angka nol berarti fungsi item tersebut tidak cocok dengan fungsi ukur skala dan daya bedanya tidak baik (Azwar, 2000).

Adapun rumus teknik analisis *product moment* dari Pearson (Azwar, 1999), yaitu :

$$r_{xy} = \frac{\sum xy - \frac{(\sum x)(\sum y)}{N}}{\left\{(\sum x^2) - \frac{(\sum x)^2}{N}\right\} \left\{(\sum y^2) - \frac{(\sum y)^2}{N}\right\}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel x (skor subjek tiap butir) dengan variabel y (total skor subjek dari seluruh butir).

$\sum xy$ = Jumlah dari hasil perkalian antara setiap x dengan setiap y

$\sum x$ = Jumlah skor keseluruhan butir tiap-tiap subjek.

$\sum y$ = Jumlah skor total butir tiap-tiap subjek.

$\sum x^2$ = Jumlah kuadrat skor x.

$\sum y^2$ = Jumlah kuadrat skor y.

N = Jumlah subjek yang diteliti.

c. Uji Reliabilitas

Reliabilitas alat ukur menunjukkan derajat keajegan atau konsistensi alat ukur yang bersangkutan bila diterapkan beberapa kali pada kesempatan yang berbeda (Hadi, 2000). Pengujian reliabilitas terhadap hasil ukur skala dilakukan bila item-item yang terpilih lewat prosedur analisis item telah dikompilasi menjadi satu. Reliabilitas mengacu kepada konsistensi atau kepercayaan hasil ukur, yang mengandung makna kecermatan pengukuran (Azwar, 2000).

Uji reliabilitas alat ukur ini menggunakan pendekatan konsistensi internal, yaitu *single trial administration* yang mana prosedurnya hanya memerlukan satu kali pengenaan tes kepada sekelompok individu sebagai subjek dengan tujuan untuk melihat konsistensi antar item atau antar bagian dalam skala. Pendekatan ini dipandang ekonomis, praktis dan berefisiensi tinggi (Azwar, 2000). Teknik estimasi reliabilitas yang digunakan adalah teknik koefisien *Alpha Cronbach* dengan bantuan *SPSS for Windows*.

F. Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisa statistik dengan bantuan komputerisasi program *SPSS for windows*. Pertimbangan yang mendasari dipakainya analisis statistik ini seperti dikemukakan oleh Hadi (2000) adalah dikarenakan:

- Statistik bekerja dengan angka-angka.
- Statistik bersifat objektif.
- Statistik bersifat universal, artinya dapat digunakan hampir pada semua bidang penelitian.

Data yang telah terkumpul akan dianalisis dengan menggunakan teknik statistik *t-test* dengan menggunakan *SPSS for windows*, yang ingin melihat perbedaan kepuasan pelanggan yang menggunakan listrik prabayar dengan *pascabayar*. Adapun rumus *t-test* adalah sebagai berikut :

$$t - test = \frac{X_{A1} - X_{A2}}{\sqrt{\frac{(X_{A1}^2 + X_{A2}^2)}{N_{A1} + N_{A2} - 2} - \frac{(1 + 1)}{N_{A1} + N_{A2}}}}$$

Keterangan :

t-test = Koefisien perbedaan kepuasan.

X = Rata-rata perbedaan kepuasan.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 21/7/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)21/7/23

X^2 = Jumlah kuadrat dari perbedaan kepuasan.

A_1 = Prabayar.

A_2 = Pascabayar.

1 = Bilangan konstanta.

2 = Bilangan konstanta untuk 2 kelompok.

N = Jumlah subjek.

Sebelum data-data yang terkumpul dianalisa, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi yang meliputi:

1. Uji Normalitas.

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data penelitian kedua variabel terdistribusi secara normal. Uji normalitas ini dilakukan dengan menggunakan uji *one-sample Kolmogorov-Smirnov* dengan bantuan *SPSS for Windows*. Data dikatakan terdistribusi normal jika nilai $\rho > 0,05$.

2. Uji Homogenitas.

Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi dan sampel penelitian adalah homogen. Pengukuran homogenitas dilakukan melalui *Levene's Test* dengan bantuan *SPSS for Windows*.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan diuraikan simpulan dan saran-saran yang sehubungan dengan hasil yang diperoleh dari penelitian ini. Pada bagian pertama akan dijabarkan simpulan dari penelitian ini dan pada bagian akhir akan dikemukakan saran-saran yang mungkin dapat berguna bagi penelitian yang akan datang dengan topik yang sama.

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisa dan interpretasi data penelitian dapat ditarik simpulan mengenai hasil penelitian, bahwa :

1. Ada perbedaan kepuasan pelanggan yang signifikan antara pengguna listrik prabayar dengan pengguna listrik *pascabayar*. Hal ini ditunjukkan dengan besarnya koefisien perbedaan anava dengan koefisien $F = 13,265$ dengan $\rho = 0,000, < 0,010$. Berdasarkan hasil ini maka hipotesis yang diajukan dinyatakan diterima.
2. Hasil perhitungan dan perbandingan mean hipotetik dan mean empirik menunjukkan bahwa mean empirik kepuasan pelanggan secara total sebesar 83,65 lebih besar dari mean hipotetiknya sebesar 62,5. Hal ini menunjukkan

bahwa pelanggan baik yang pengguna listrik Prabayar maupun pengguna listrik *pascabayar* memiliki kepuasan yang tinggi.

3. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa kepuasan pelanggan Prabayar lebih tinggi dibandingkan dengan kepuasan pelanggan *pascabayar*, sebab nilai rata-rata empiriknya yaitu 86,74 lebih besar dari 80,56.

B. Saran

Dari penelitian yang telah dilakukan dan simpulan yang dikemukakan, maka peneliti mengemukakan beberapa saran. Saran-saran ini diharapkan dapat berguna bagi perkembangan kelanjutan studi ilmiah mengenai kepuasan pelanggan, serta berguna bagi pihak produsen produk barang dan jasa dalam hal ini PT. PLN (Persero), antara lain:

1. Saran Untuk Pihak Produsen

1. Listrik *Pascabayar* dapat melakukan evaluasi terhadap produk barang dan jasa yang ditawarkan agar dapat meningkatkan kualitas produk dan layanan, seperti meminimalisir kesalahan dalam pencatatan meter dan menghilangkan biaya keterlambatan. Hal ini sesuai dengan hasil yang diperoleh dalam penelitian ini bahwa ada perbedaan kepuasan pelanggan antara pengguna listrik Prabayar dengan pengguna listrik *pascabayar*, di mana kepuasan lebih tinggi pada pengguna listrik Prabayar.

2. Listrik Prabayar dapat mempertahankan kualitas produk dan layanan serta kinerja seperti tidak adanya kesalahan dalam meter listrik, tidak adanya biaya ketika pemasangan listrik dan selalu memperhatikan perkembangan kebutuhan pelanggan sehingga tetap mampu memenuhi kepuasan pelanggan.

2. Saran Metodologis

1. Bagi peneliti yang ingin meneliti kepuasan pelanggan dan menghubungkannya dengan listrik Prabayar dan *pascabayar*, dapat mengontrol karakteristik sampel berdasarkan status sosial ekonomi sehingga penelitian dengan topik yang sejenis semakin banyak dan bervariasi.
2. Bagi peneliti selanjutnya dapat menggabungkan beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan seperti kualitas produk, kualitas layanan, emosi, harga, dan biaya untuk melihat faktor yang paling besar berperan dalam menghasilkan kepuasan pelanggan.
3. Bagi peneliti yang ingin meneliti kepuasan pelanggan dan menghubungkannya dengan listrik Prabayar dan *pascabayar*, dapat menggunakan ciri-ciri kepuasan pelanggan sebagai unsur pembuatan skala agar didapatkan tingkat kepuasan pelanggan antara Prabayar dengan *pascabayar* yang lebih signifikan.

4. Bagi peneliti yang ingin melakukan penelitian dengan topik yang sejenis dapat menggunakan skala *semantic differential* sebagai alat ukur penelitian agar didapatkan tingkat perbedaan yang lebih signifikan.





DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, S. (2000). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2000). *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2000). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Diana, A. & Tjiptono, F. (2003). *Total Quality Management*. Yogyakarta: Andi.
- Hadi, S. (2000). *Methodology Research jilid I, II, III, & IV*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ibrahim, B. (2000). *TQM Panduan Untuk Menghadapi Persaingan Global*. Jakarta: Djambatan.
- Mowen, J. C. & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen, Edisi kedua (terjemahan)*. Jakarta: Erlangga.
- Simatupang, Charles. (2008). *Perbedaan Kepuasan Konsumen Antara Pengguna Telepon Seluler GSM Dan CDMA, Skripsi*. Medan: Fakultas Psikologi USU.
- Sunyoto, Danang. (2012). *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS.
- Supranto, J. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tjiptono, F. & Chandra, G. (2011). *Service, Quality & Satisfaction, Edisi : 3*. Yogyakarta: Andi.
- Wilkie, W. L. (1994). *Consumer behavior (3th Edition)*. John Willey & Sons.
- PT. METBELOSA
- PT. PLN (Persero)
- andhito.wordpress.com
- ekyputra.multiply.com
- setiawantopan.wordpress.com

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 21/7/23