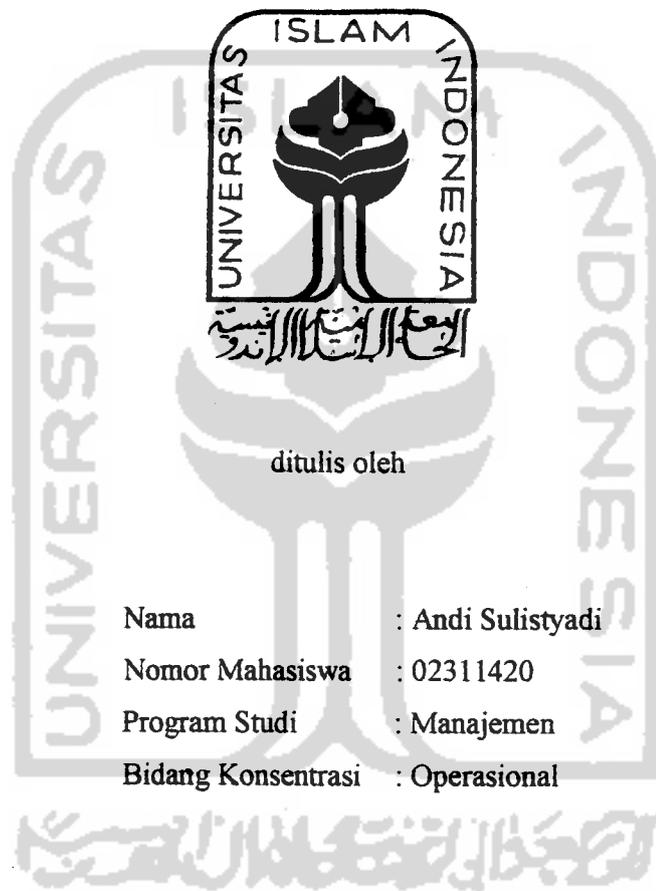


PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN PT PLN ( PERSERO ) UPJ BANGSRI

SKRIPSI

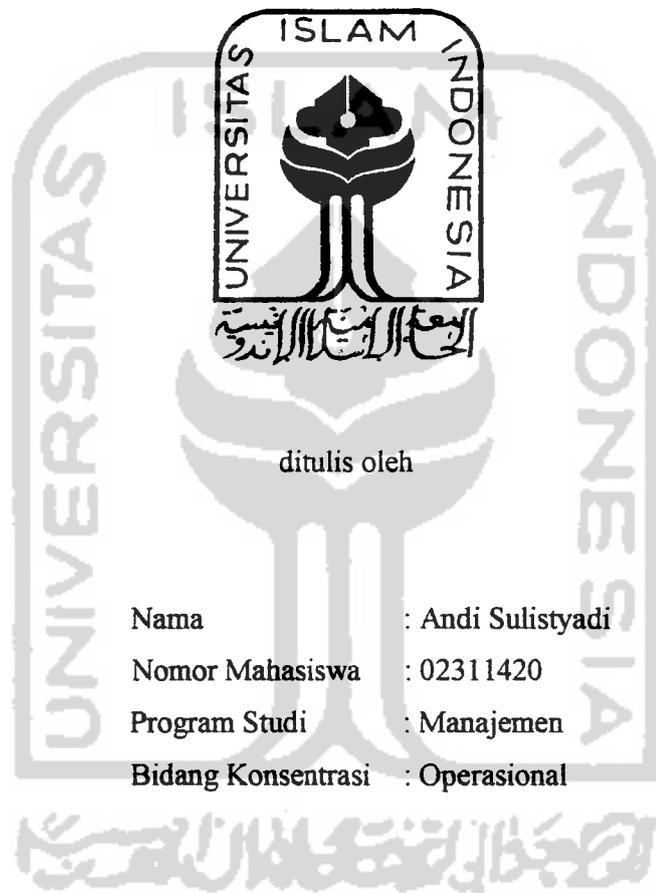


Nama : Andi Sulistyadi  
Nomor Mahasiswa : 02311420  
Program Studi : Manajemen  
Bidang Konsentrasi : Operasional

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
FAKULTAS EKONOMI  
YOGYAKARTA  
2006

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN PT PLN ( PERSERO ) UPJ BANGSRI

SKRIPSI



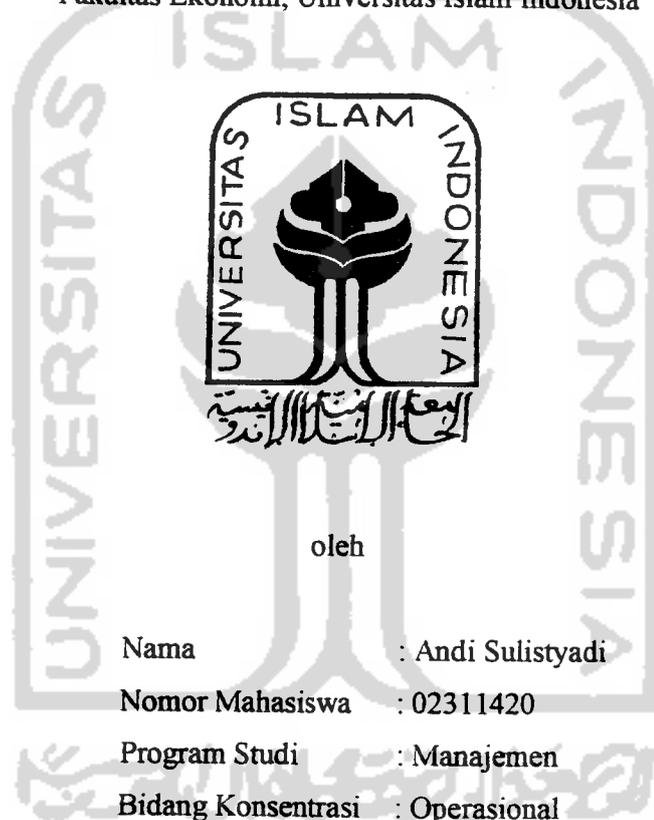
Nama : Andi Sulistyadi  
Nomor Mahasiswa : 02311420  
Program Studi : Manajemen  
Bidang Konsentrasi : Operasional

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
FAKULTAS EKONOMI  
YOGYAKARTA  
2006

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN PT PLN ( PERSERO ) UPJ BANGSRI**

**SKRIPSI**

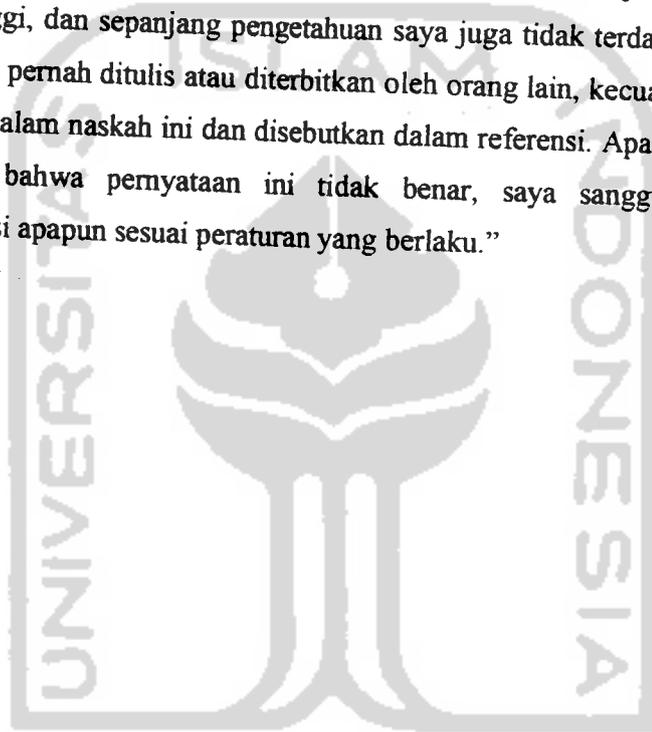
Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna  
memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen,  
Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia



UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
FAKULTAS EKONOMI  
YOGYAKARTA  
2006

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”



Yogyakarta, Juni 2006

Penulis,

Andi Sulistyadi

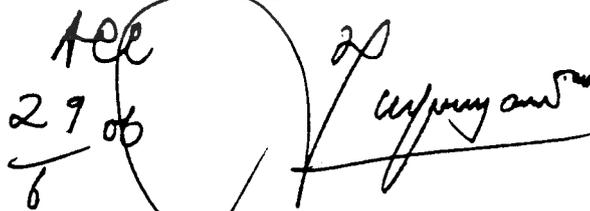
**HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN PT PLN ( PERSERO ) UPI BANGSRI**

Nama : Andi Sulistyadi  
Nomor Mahasiswa : 02311420  
Program Studi : Manajemen  
Bidang Konsentrasi : Operasional

Yogyakarta, Juni 2006

Telah disetujui dan disahkan oleh

ACR  
29/6/06  


ZULHAN YAMID, DRS, M.SI.

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI**

**SKRIPSI BERJUDUL**

**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. PLN  
(Persero) UPJ Bangsri**

Disusun Oleh: ANDI SULISTYADI  
Nomor mahasiswa: 02311420

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan LULUS  
Pada tanggal : 10 Agustus 2006

Penguji/Pemb. Skripsi: Drs. Zulian Yamit, M.Si

Penguji : Drs. Nursya'bani Purnama, M.Si



Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Indonesia



Drs. Asmai Ishak, M.Bus, Ph.D

## HALAMAN MOTTO

*“Jadilah seseorang yang mempunyai manfaat untuk orang lain dan  
jangan sekali-kali menjadi beban orang lain”*

*(Pemulis)*



*“Allah tidak akan merubah suatu kaum,  
sampai mereka sendiri yang mengubahnya”*

*(Ar Ra'd : 11)*

*“ Orang memuntut ilmu adalah ibadah,  
Memuntut ilmu karena Allah adalah taqwa,  
Mengulang-ngulang ilmu adalah dzikir,  
Membahasnya adalah jihad,*

*Mengamalkannya adalah sadaqoh,*

*Menyerahkan kepada ahlinya sama dengan mendekati diri kepada Allah “*

*(Hadist)*

## HALAMAN PERSEMBAHAN



*Tak akan pernah lupa kusampaikan rasa syukur yang paling dalam pada Allah SWT atas karunianya sehingga terselesaikannya skripsi ini dan kupersembahkan skripsi ini sebagai rasa kagum dan terima kasihku untuk :*

- *Keluargaku, terutama Bapak S.E Nirwanto dan Ibu Darnipah atas kasih sayang yang tak ternilai, nasehat ,doa restu serta dukungan yang selalu mengiringi langkahku.*
- *Seseorang yang setia menemani dan membantu dengan penuh kasih sayang.....Ike Yusniar Yulianingrum.*

## ABSTRAK

Skripsi ini berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT.PLN (persero) UPJ Bangsri. Penelitian ini dilakukan di kantor PT PLN (persero) UPJ Bangsri. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui, apakah kualitas pelayanan dari PT PLN (persero) UPJ Bangsri sudah sesuai dengan harapan pelanggan dan apakah ada pengaruh yang signifikan pada kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini dilakukan dengan metode statistik dan deskriptif, hal ini bertujuan agar penelitian dapat memperoleh hasil yang akurat, sehingga dapat dicari solusi yang tepat. Penilaian statistik dilakukan dengan menggunakan instrument kuisisioner, selanjutnya diolah dengan menggunakan bantuan computer program SPSS.12. Sedangkan populasi yang diteliti adalah para pelanggan yang sedang melakukan pembayaran rekening listrik ataupun yang pernah datang ke kantor PT PLN (persero) UPJ Bangsri. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dengan metode *convenience sampling*. Metode pengolahan dan analisis menggunakan analisis uji Regresi Linier Berganda digunakan untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh dimensi-dimensi kualitas pelayanan/ pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Melalui analisis yang dilakukan, secara keseluruhan pelayanan (jasa) yang diberikan PT PLN (persero) UPJ Bangsri sudah sesuai harapan pelanggan, hal ini dikarenakan karena adanya gap positif antara kinerja karyawan dengan harapan pelanggan. Dan dimensi kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Tetapi secara per variabel kualitas jasa atau pelayanan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan variabel kualitas pelayanan/ jasa mempunyai pengaruh yang berbeda-beda, pada dimensi nyata dan empati berpengaruh negative dan variabel tanggapan, jaminan, serta kehandalan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

## KATA PENGANTAR

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Segala puji penulis panjatkan kehadirat Allah yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menjalankan ibadah, khususnya mencari ilmu. Atas karunia dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul : “Pengaruh Kualitas Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan Pelanggan PT.PLN ( persero ) UPJ Bangsri” .

Skripsi ini untuk diajukan sebagai syarat dalam menempuh jalur skripsi Sarjana Strata-1 Fakultas Ekonomi jurusan Manajemen Universitas Islam Indonesia . Dalam penulisan skripsi ini, segala upaya telah penulis lakukan untuk tercapainya kesempurnaan tulisan ini. Penulis banyak memperoleh bantuan dari berbagai pihak, oleh karenanya penulis mengucapkan “*Jazakumullah khoiron katsir*”, khususnya pada :

1. Bapak Drs. Asma'I Ishak, M.Bus.,Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Zulian Yamit, DRS,M.SI. selaku Dosen Pembimbing yang memberikan dukungan, bimbingan serta pengarahan hingga terselesainya skripsi ini.
3. Bapak Riyanto yang telah membantu dalam penelitian di PT PLN ( persero ) UPJ Bangsri.
4. Bapak dan Ibu tercinta yang selalu memberikan do'a, mendidik dengan kesabaran untuk keberhasilan putranya.

5. Kakak-kakakku ( mas Yono + mba' Ida, mas Zuli + mba' Erna, mas Wiwid+ mba' Desi ) yang selalu mendukung dan memberikan semangat dan rasa sayang kepada penulis.
6. Dua ponakanku yang lucu dan imut **Rara dan Khansa**.
7. Untuk kekasihku “Ike Yusniar Yulianingrum”, terima kasih atas dukungan, perhatian, dan kasih sayangnya selama ini. I Love You...
8. Sahib-sahib kos Gempol : Benito, Ade, Aaroel, Yanuar, Bayu, Catur, Budi, Iwan, thanks Bro and Good luck...!
9. Teman-teman seperjuanganku Yulianto, Eko, Bowo, Tulus, Evan, sukses, sukses, dan sukses.....!!
10. Teman-teman maenku Udin, Ambon, Yuli, Ahong, jangan pada maen terus, ingat umur.....!!!!!!!
11. Responden yang telah membantu penulis dalam memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.
12. Bagi semua pihak yang telah membantu yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, Juni 2006

Penulis

Andi Sulistyadi

## DAFTAR ISI

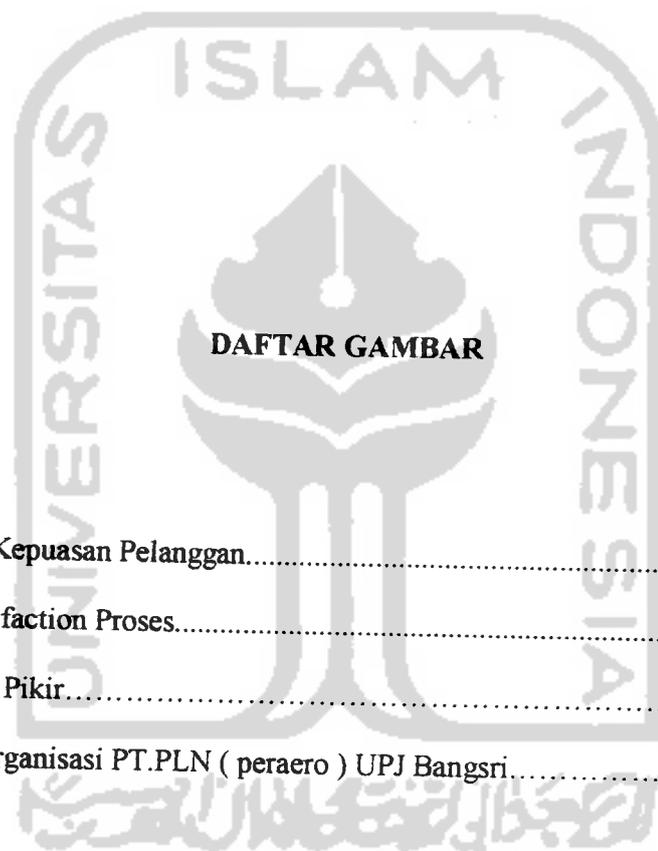
	Halaman
Halaman Judul .....	i
Halaman Sampul Depan.....	ii
Halaman Judul Skripsi .....	iii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme .....	iv
Halaman Pengesahan Skripsi.....	v
Halaman Pengesahan Ujian Skripsi.....	vi
Halaman Motto.....	vii
Halaman Persembahan.....	viii
Abstrak.....	ix
Kata Pengantar .....	x
Daftar Isi.....	xii
Daftar Tabel.....	xv
Daftar Gambar.....	xvi
Daftar Lampiran.....	xvii

BAB I	PENDAHULUAN .....	1
1.1	Latar Belakang .....	1
1.2	Rumusan Masalah .....	4
1.3	Batasan Masalah .....	5
1.4	Tujuan Penelitian .....	5
1.5	Manfaat Penelitian .....	6
BAB II	KAJIAN PUSTAKA .....	7
2.1	Hasil Penelitian Terdahulu .....	7
2.2	Landasan Teori .....	12
2.2.1	Definisi Operasional .....	12
2.2.2	Pengertian Jasa .....	12
2.2.3	Karakteristi Jasa .....	13
2.2.4	Pengertian Kualitas Jasa .....	13
2.2.5	Prinsip-prinsip Kualitas Jasa .....	15
2.2.6	Pengelolaan Kualitas Jasa .....	17
2.2.7	Kepuasan Pelanggan .....	19
2.2.8	Total Quality Management ( TQM ) .....	24
2.2.9	Pengaruh Kualitas dengan Kepuasan Pelanggan .....	25
2.3	Kerangka Pikir .....	26
2.4	Hipotesis Penelitian .....	27
BAB III	METODE PENELITIAN .....	28
3.1	Lokasi Penelitian .....	28
3.1.1	Gambaran umum Perusahaan .....	28

3.2. Variabel Penelitian.....	31
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	32
3.4. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.4.1. Jenia Data.....	34
3.4.2. Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.5. Populasi dan sample.....	36
3.6. Teknik Analisis.....	38
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	38
3.6.2. Analisis Statistik.....	38
<b>BAB IV ANALISIS DATA.....</b>	<b>42</b>
4.1. Uji Validitas.....	43
4.2. Uji Reliabilitas.....	48
4.3. Analisis Deskriptif.....	49
4.4. Analisis Statistik.....	59
4.4.1. Regresi Linier Berganda.....	59
4.4.1.1. Uji F.....	63
4.4.1.2. Uji t.....	64
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>67</b>
5.1. Kesimpulan.....	67
5.2. Saran.....	69
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>71</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
4.1.1. Validitas Variabel Harapan Pelanggan.....	43
4.1.2. Validitas Variabel Kinerja Pelayanan.....	45
4.1.3. Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan.....	46
4.2.. Tabel Reliabilitas.....	48
4.3.1 Hasil penilaian kinerja pelayanan dimensi Nyata.....	50
4.3.2. Hasil penilaian kepuasan pelanggan dimensi Nyata.....	50
4.3.3. Hasil penilaian kinerja pelayanan dimensi tanggapan.....	51
4.3.4. Hasil penilaian kepuasan pelanggan dimensi tanggapan.....	52
4.3.5. Hasil penilaian kinerja pelayanan dimensi jaminan.....	52
4.3.6. Hasil penilaian kepuasan pelanggan dimensi jaminan.....	53
4.3.7. Hasil penilaian kinerja pelayanan dimensi empati.....	54
4.3.8. Hasil penilaian kepuasan pelanggan dimensi empati.....	54
4.3.9. Hasil penilaian kinerja pelayanan dimensi kehandalan.....	55
4.3.10. Hasil penilaian kepuasan pelanggan dimensi kehandalan.....	56
4.3.11. Gap nilai rata-rata antara harapan pelanggan dengan kinerja karyawan.....	57
4.4.1. Regresi Linier Berganda.....	60



Gambar	Halaman
2.1 Konsep Kepuasan Pelanggan.....	21
2.2 The Satisfaction Proses.....	22
2.3. Kerangka Pikir.....	26
3.1. Struktural Organisasi PT.PLN ( perantara ) UPJ Bangsri.....	31



Daftar Pernyataan Kuisioner Untuk Responden

Hasil Isian Responden

Hasil uji validitas dan reliabilitas data

Hasil Analisis Data regresi linier berganda

Table t dan table F

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **I.1. Latar Belakang**

Pada masa sekarang ini terjadi kemajuan di berbagai bidang kehidupan, baik ekonomi, teknologi, sosial budaya, dan lain sebagainya. Kemajuan ekonomi suatu negara menjadi tolok ukur kemajuan suatu negara itu sendiri dan ini harus menjadi perhatian pemerintah. Sekarang ini banyak berdiri perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang industri, barang, maupun jasa serta terjadi persaingan untuk merebut pasar yang luas di Indonesia. Di bidang jasa sekarang ini terjadi peningkatan yang signifikan, seperti : rumah sakit, transportasi, telekomunikasi, listrik, universitas, bank, dan lain sebagainya. Pemerintah melalui BUMN nya yang bergerak di bidang jasa massal seperti P.T. PLN harus mengantisipasi perkembangan yang terjadi dengan lebih meningkatkan pelayanan yang memadai agar supaya pelanggan merasa terpenuhi keinginan mereka.

Listrik di masa sekarang ini menjadi kebutuhan pokok masyarakat baik rumah tangga maupun industri, karena di era globalisasi hampir semua bidang atau pekerjaan membutuhkan tenaga listrik dan P.T. PLN sebagai perusahaan pemerintah yang status hukumnya merupakan perseroan terbatas yang “memonopoli” listrik di Indonesia harus memperhatikan pelanggannya. Apalagi dimasa sekarang masyarakat cenderung sensitif terhadap suatu ketidaknyamanan apa saja baik itu pelayanan

maupun tindakan karyawan yang memposisikan masyarakat sebagai pelanggan. Akibat dari beberapa kebijakan pemerintah yang dianggap memberatkan masyarakat, seperti : kenaikan BBM yang dirasa memberatkan masyarakat dan berimbas pada semua sendi kehidupan dengan melonjaknya semua harga kebutuhan dan pendapatan yang tetap bahkan cenderung turun. Kebijakan ini juga berimbas pada biaya operasional P.T. PLN akan membengkak yang masih menggunakan bbm sebagai bahan bakar utama untuk menghasilkan tenaga listrik dan ini menimbulkan isu naiknya tarif dasar listrik, maka ini akan membuat masyarakat akan semakin sulit dan susah. Untuk itu P.T. PLN perlu memperhatikan layanan terhadap para pelanggan agar tetap menjaga loyalitas mereka untuk terus menggunakan jasa P.T. PLN di tengah gejolak masalah sosial di masyarakat.

Pelanggan merupakan aset yang paling berharga dari pada suatu perusahaan, karena tujuan dari semua perusahaan adalah pelanggan atau konsumen. Bukan hanya bagaimana mendapatkan pelanggan yang banyak tetapi yang paling penting adalah bagaimana membuat pelanggan puas dengan apa yang perusahaan berikan serta menciptakan pelanggan atau konsumen yang loyal. Perusahaan dan konsumen merupakan satu kesatuan yang mempunyai saling keterkaitan dan saling membutuhkan yang sangat erat tetapi yang mempunyai posisi membutuhkan adalah perusahaan itu sendiri. Maka perusahaan harus mempunyai pemikiran bahwa perusahaan yang membutuhkan konsumen bukan konsumen yang membutuhkan perusahaan. Bukan hanya perusahaan menghasilkan produk yang dibutuhkan

konsumen tetapi juga kualitas pelayanan terhadap para pelanggan atau konsumen. Dengan begitu maka perusahaan akan selalu memberikan yang terbaik kepada para konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan tujuan utama dari setiap perusahaan untuk tetap menjaga loyalitas mereka dan untuk mewujudkannya diperlukan peningkatan dan perbaikan yang berkesinambungan terhadap kualitas jasa tersebut.

Untuk membuktikan keunggulan dan keistimewaan suatu produk dapat diukur melalui tingkat kepuasan pelanggan ( Garpers 1997 : 4 ) yaitu bagaimana baiknya suatu produk untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan dalam mengkonsumsi produk yang ditawarkan. Perusahaan perlu memahami pelanggan dan mengukur tingkat kepuasan pelanggan guna mendapatkan data untuk melakukan perbaikan secara terus-menerus.

PT PLN sebagai sebuah BUMN yang tujuan utamanya adalah melayani kepentingan umum harus berusaha untuk semaksimal mungkin meningkatkan semua bentuk pelayanannya terhadap pelanggan agar supaya mereka merasa puas dengan apa yang didapatkannya atau tidak sia-sia mengeluarkan uang mereka, misalnya dengan kenyamana dalam membayar rekening listrik, ketertiban dan kerapian dalam antrian pembayaran, layanan komplain, layanan pemasangan baru, perbaikan sarana listrik, kenyamanan di dalam ruangan saat menunggu antrian pembayaran listrik.

Sehingga para pelanggan akan merasa puas dalam menggunakan layanan P.T. PLN dan apabila pelanggan merasa puas maka pelanggaran-pelanggaran seperti pencurian listrik, penunggakan pembayaran akan dapat diminimalisir, karena itu semua adalah dampak apabila pelanggan merasa tidak puas dengan apa yang diberikan oleh P.T. PLN.

Dari uraian diatas, penulis mencoba menganalisis tentang layanan dari P.T. PLN ( persero ) UPJ Bangsri, apakah sudah memadai dan sesuai dengan harapan pelanggan dengan memberi judul skripsi ini “ PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN P.T PLN ( PERSERO ) UPJ BANGSRI “

## **I.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, maka penulis akan menjawab pertanyaan :

1. Apakah kualitas pelayanan dari P.T- PLN sudah sesuai dengan harapan pelanggan?
2. Apakah ada pengaruh yang signifikan dari dimensi kualitas pelayanan ( *tangibles, responsiveness, assurance, empathy, reliability* ) terhadap kepuasan pelanggan?

### **I.3. Batasan Masalah**

Penelitian ini hanya dilakukan terhadap pelanggan di P.T PLN ( persero ) UPJ Bangsri. Dimana responden dibatasi hanya yang pernah mendatangi kantor PLN ( persero ) UPJ Bangsri, untuk mendapatkan informasi maupun membayar rekening listrik. Alasannya, karena mereka sering berhadapan langsung dengan karyawan dan sering terjadi interaksi antara perusahaan dengan pelanggan. Responden tidak dibedakan atas jenis kelamin, tingkat pendidikan, pekerjaan, usia, dan lain-lain. Namun yang pasti mereka yang pernah datang ke P.T. PLN ( persero ) UPJ Bangsri dan sudah masuk dalam kategori dewasa (umur di atas 17 tahun).

### **I.4. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dari P.T PLN ( persero ) UPJ Bangsri sudah sesuai dengan harapan pelanggan.
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan pada dimensi kualitas pelayanan (*tangibles, responsiveness, assurance, empathy, reliability*) terhadap kepuasan pelanggan P.T PLN ( persero ) UPJ Bangsri..

## **I.5. Manfaat Penelitian**

### **1. Bagi Peneliti**

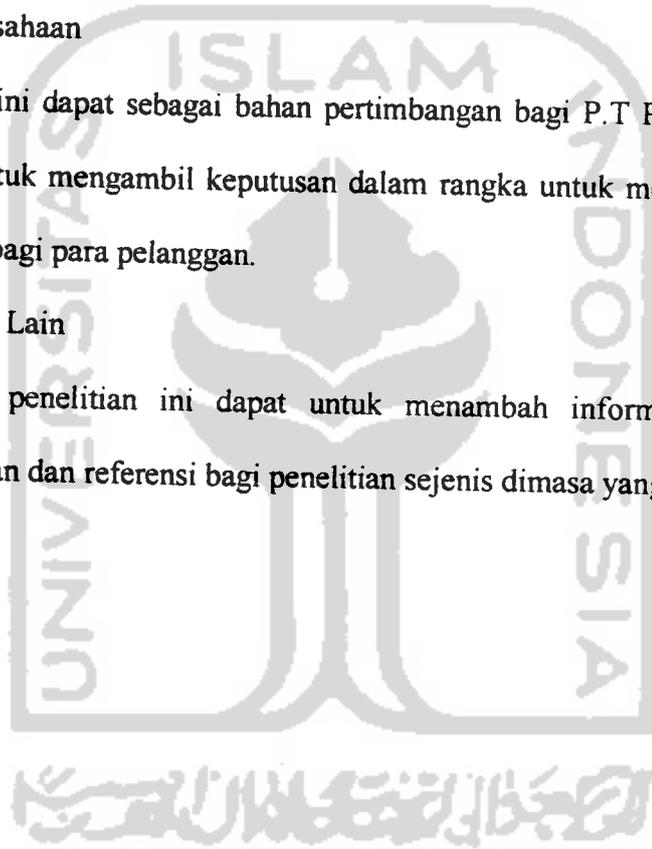
Diharapkan dengan penelitian ini penulis dapat mempraktekkan pengetahuan yang didapatkan selama kuliah ke dalam perusahaan yang berhubungan dengan manajemen operasional.

### **2. Bagi Perusahaan**

Penelitian ini dapat sebagai bahan pertimbangan bagi P.T PLN ( persero ) UPJ Bangsri untuk mengambil keputusan dalam rangka untuk meningkatkan kualitas pelayanan bagi para pelanggan.

### **3. Bagi Pihak Lain**

Hasil dari penelitian ini dapat untuk menambah informasi sebagai bahan pertimbangan dan referensi bagi penelitian sejenis dimasa yang akan datang.



## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1. Hasil Penelitian Terdahulu**

Untuk memperoleh data yang lebih lengkap, penulis mengambil beberapa penelitian sebelumnya yang berhubungan dengan masalah kepuasan pelanggan / konsumen sebagai acuan untuk menambah referensi yang dibutuhkan, sebagai berikut :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Budi Setiadi ( 2003) dengan judul : Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan KA Senja Utama Solo Terhadap Kepuasan Konsumen Di Stasiun Balapan, Surakarta. Mengangkat masalah, apakah kelengkapan fasilitas mempengaruhi kepuasan konsumen, serta tujuannya adalah untuk mengetahui variabel kualitas jasa mana yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Populasi dari penelitian ini adalah para penumpang yang pernah atau sedang menggunakan jasa KA Senja Utama Solo dan sampel yang digunakan sebanyak 100 orang dengan menggunakan metode *Convenience Sampling* atau sample berdasarkan kemudahan yaitu orang-orang yang mudah ditemui atau berada pada waktu yang tepat. Pada penelitian ini penulis menggunakan beberapa alat analisis, yaitu analisis regresi berganda dan uji keberartian. Pada Analisis regresi berganda diperoleh kesimpulan yang menyatakan bahwa kelengkapan fasilitas, kenyamanan ruangan dalam kereta api dan keamanan kereta api secara bersamaan sangat

mempengaruhi kepuasan konsumen. Sedangkan pada uji keberartian secara partial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel keamanan dan kenyamanan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Kesimpulannya adalah bahwa konsumen sudah merasa cukup puas dengan pelayanan PT KAI.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Nur Isnawati (2004) dengan judul “analisis kepuasan konsumen terhadap pelayanan RSUD Ambarawa” menganalisis masalah bagaimana kepuasan pasien setelah menerima jasa pelayanan RSUD Ambarawa serta tingkat kepuasan pengguna jasa RSUD Ambarawa berdasarkan karakteristik pasien. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menetapkan tingkat kepuasan konsumen setelah menerima jasa pelayanan RSUD Ambarawa dan menetapkan perbedaan tingkat kepuasan pengguna jasa RSUD Ambarawa berdasarkan karakteristik konsumen. Populasi dari penelitian ini adalah pasien yang sedang rawat inap minimal selama dua hari di RSUD Ambarawa dan sampel yang diambil adalah sebanyak 100 orang dengan menggunakan metode Convenience Sampling atau berdasarkan kemudahan. Dengan menggunakan beberapa alat analisis, diantaranya uji beda jenjang dari Kruskal – Wallis, uji peringkat bertanda (Wilcoxon). menyimpulkan bahwa berdasarkan karakteristik konsumen RSUD Ambarawa, sebagian besar konsumen adalah laki-laki sebesar 57 %, berdasarkan tingkat usia sebagian besar adalah kelompok usia 20 – 40 yaitu 53 %, menurut tingkat pendidikan kelompok SMU keatas yaitu sebesar 79 %, berdasarkan

pendapatan rata-rata perbulan mayoritas berpendapatan Rp.1.000.000,- yaitu 68 %, sedangkan berdasarkan jenis pekerjaan adalah mayoritas pegawai swasta dan wiraswasta sebesar 59 %. Sedangkan seluruh atribut kecuali atribut makanan tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan antara kinerja dan harapan yang diberikan oleh RSUD Ambarawa, menurut analisis Wilcoxon signed rank test yaitu tidak signifikan, yang berarti antara kinerja dan harapan yang diperoleh sama, sehingga disimpulkan bahwa konsumen merasa puas

3. Penelitian yang dilakukan oleh Aulia Fajrin ( 2004 ) dengan judul : Pengaruh Kualitas jasa PT. Kereta Api Indonesia Terhadap Kepuasan Penumpang Kereta Api Eksekutif Taksaka Jurusan Yogyakarta-Jakarta meneliti apakah ada perbedaan antara harapan konsumen (expectation) dengan apa yang dirasakan konsumen (perceived) serta apakah ada pengaruh antara kualitas jasa dengan kepuasan konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat perbedaan harapan konsumen (expectation) dengan apa yang dirasakan konsumen (perceived) serta apakah ada pengaruh antara kualitas jasa dengan kepuasan konsumen. Dalam penelitian ini populasinya adalah para penumpang yang sedang melakukan perjalanan dengan menggunakan kereta api eksekutif Taksaka jurusan Yogyakarta-Jakarta dan diambil sampel sebanyak 96 orang dengan metode Convenience Sampling atau berdasarkan kemudahan. Penulis menggunakan alat analisis Uji peringkat

Peringkat Bertanda (Wilcoxon) dan regresi linier sederhana. Dengan menggunakan uji wilcoxon menunjukkan bahwa penumpang merasa pelayanan ( jasa ) yang diberikan oleh kereta api Taksaka selama ini cukup berkualitas. Hal ini dibuktikan dengan adanya perbedaan antara harapan dengan apa yang dirasakan oleh penumpang terhadap pelayanan ( jasa ) kereta api Taksaka. Dan pelayanan yang dirasakan penumpang jauh lebih baik dari apa yang diharapkan selama menggunakan kereta api Taksaka. Sedangkan dengan menggunakan uji regresi sederhana, dapat disimpulkan bahwa pernyataan pada masing-masing dimensi kualitas jasa (*reliability, responsiveness, assurance, empathy dan tangibles*) secara keseluruhan tidak mempengaruhi kepuasan penumpang. Tetapi pada pernyataan dimensi *responsiveness* dan *tangible* tentang kemampuan karyawan kereta api Taksaka dalam menanggapi keluhan penumpang dan sarana tv, ac, yang baik sangat mempengaruhi kepuasan penumpang. Kesimpulannya adalah konsumen sudah merasa puas.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Retno Endah Arum.A ( 2003 ) dengan judul : Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan P.T. TELKOM Cabang Klaten. Meneliti masalah tingkat prosentase pelanggan yang merasa puas terhadap kualitas pelayanan P.T. Telkom cabang Klaten serta faktor apa saja yang memuaskan pelanggan diantara faktor kualitas pelayanan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan P.T. Telkom cabang Klaten dan untuk mengetahui faktor

yang paling memuaskan pelanggan diantara faktor-faktor kualitas pelayanan di PT Telkom cabang Klaten. Populasi pada penelitian ini adalah para pelanggan PT Telkom cabang Klaten yang berada diwilayah klaten sebanyak 8564 pelanggan dan diambil sampel sebanyak 100 orang dengan menggunakan metode Convenience Sampling atau berdasarkan kemudahan. Penulis dalam melakukan penelitian menggunakan alat analisis uji Wilcoxon , dan hasilnya dapat diketahui bahwa pelanggan P.T Telkom cabang Klaten merasa belum puas terhadap kualitas pelayanan yang telah diberikan. Hal ini ditunjukkan dengan responden yang merasa puas sebesar 46,8%, sedangkan yang tidak puas sebesar 53,2%. Faktor yang memuaskan pelanggan adalah responsiveness, assurance, tangible. Sedangkan reliability, empathy tidak memuaskan pelanggan. Jadi kesimpulannya pelanggan PT Telkom cabang Klaten belum puas terhadap pelayanan yang diberikan PT Telkom cabang Klaten.

## **2.2 Landasan Teori**

### **2.2.1. Definisi Operasional**

Kegiatan operasional perusahaan merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan karena akan menentukan laju atau kinerja dari perusahaan itu sendiri.

Manajemen produksi dan operasi merupakan usaha-usaha pengelolaan secara optimal penggunaan sumber daya-sumber daya ( atau sering disebut faktor-faktor produksi ), tenaga kerja, mesin-mesin peralatan, bahan mentah, dan sebagainya dalam proses tranformasi bahan mentah dan tenaga kerja menjadi berbagai produk atau jasa ( T. Hani Handoko, 1991 : 3 ). Kegiatan operasional perusahaan diharapkan sesuai dengan keinginan dari konsumen karena tujuan dari kegiatan produksi dari suatu perusahaan adalah konsumen.

### **2.2.2. Pengertian Jasa**

Menurut Philip Kotler, Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksi jasa bias berhubungan dengan produksi fisik maupun tidak (Kotler 1994).

Sedangkan menurut William J Stanton (1993), Jasa adalah kegiatan yang dapat didefinisikan secara tersendiri yang pada hakikatnya bersifat tidak teraba yang merupakan pemenuhan kebutuhan dan tidak harus terikan pada penjualan produk berupa barang dan jasa.

### **2.2.3. Karakteristik Jasa**

Jasa memiliki empat karakteristik utama menurut (Stanton 1993) sebagai berikut

1. Tidak berwujud (intangible), merupakan karakteristik jasa yang tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar atau dicium sebelum jasa tersebut dikonsumsi atau digunakan. Jika konsumen membeli suatu jasa maka ia hanya dapat menggunakan, memanfaatkan atau menyewa jasa tersebut. Untuk mengurangi ketidakpastian konsumen akan memperhatikan tanda atau bukti kualitas jasa dari tempat, orang, peralatan, bahan komunikasi dan harganya.
2. Tidak dapat dipisahkan (inseparability), umumnya jasa yang dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan saat konsumen membeli jasa itu.
3. Variabilitas (variability), jasa sangat bervariasi karena tergantung pada siapa yang menyediakan dan kapan serta dimana jasa itu dilakukan.
4. Tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan (perishability), jasa merupakan sesuatu yang tidak dapat disimpan.

### **2.2.4. Pengertian Kualitas Jasa**

Perusahaan yang ingin meningkatkan keuntungannya dan mempertahankan kelangsungan usahanya harus mampu untuk memberikan kepuasan kepada konsumen ataupun para pelanggan, yaitu dengan memberikan mutu yang baik, harga yang lebih murah dan pelayanan yang lebih baik dari pesaing. Menurut American Society For Quality Control, kualitas didefinisikan sebagai keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik

dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dispesifikasikan atau ditetapkan (Lupiyoadi, 2001). Sedangkan definisi kualitas lainnya adalah evaluasi terfokus yang merefleksikan persepsi konsumen, menurut Parasuraman (dalam Lupiyoadi, 2001), atau lebih berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaian untuk mengimbangkan persepsi pelanggan. Menurut Wykof ( dalam Tjiptono, 1996).

Pengertian kualitas jasa dapat didefinisikan sebagai *perbedaan atau selisih antara pengharapan konsumen (expectation) atau keinginan mereka dengan apa yang dirasakan (perceived) konsumen*. Menurut Zeithaml dan Bitner ( 2003 ) menyatakan bahwa dalam rangka mengatur kualitas jasa sangat penting dalam mengatur selisih (gap) antara jasa yang dirasakan konsumen dan harapan atau keinginan konsumen. Dengan kata lain dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa adalah expectation dan perceived.

Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dapat dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan buruk. Dengan demikian, baik buruknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten.

Kualitas total suatu jasa terdiri atas tiga komponen utama (Tjiptono, 1996 ) yaitu :

1. *Technical Quality*, yaitu yang berkaitan dengan kualitas output jasa yang diterima pelanggan. Menurut Parasuraman, technical quality dapat diperinci menjadi :
  - *Search quality*, yaitu kualitas yang dapat dievaluasi pelanggan sebelum membeli, contohnya adalah harga.
  - *Experience quality*, yaitu kualitas yang dapat dievaluasi pelanggan setelah membeli atau menggunakan jasa, contohnya adalah ketepatan waktu, kecepatan pelayanan, kerapihan hasil.
  - *Credence quality*, yaitu kualitas yang sulit dievaluasi pelanggan meskipun telah menggunakan suatu jasa, contohnya adalah kualitas suatu operasi jantung.
2. *Functional Quality*, yaitu komponen yang berkaitan dengan cara penyampaian jasa.
3. *Corporate Image*, yaitu profil, reputasi citra umum perusahaan dan daya tarik suatu perusahaan.

### **2.2.5 Prinsip-Prinsip Kualitas Jasa**

Untuk menciptakan suatu gaya manajemen dan lingkungan yang kondusif bagi perusahaan jasa dalam memperbaiki kualitas, perusahaan harus mampu memenuhi enam prinsip utama yang berlaku baik bagi perusahaan manufaktur maupun perusahaan jasa. Keenam prinsip (Tjiptono, 1997) tersebut sangat bermanfaat

dalam mempertahankan dan membentuk lingkungan yang tepat untuk melaksanakan penyempurnaan kualitas secara berkesinambungan dengan didukung oleh pemasok, karyawan dan pelanggan. Enam pokok prinsip tersebut meliputi :

1. Kepemimpinan

Strategi kualitas perusahaan harus merupakan inisiatif dan komitmen dari manajemen puncak. Manajemen puncak harus memimpin perusahaan untuk meningkatkan kinerja kualitasnya. Tanpa adanya kepemimpinan dari manajemen puncak, maka usaha untuk meningkatkan kualitas hanya akan berdampak kecil bagi perusahaan.

2. Pendidikan

Semua karyawan perusahaan mulai dari manajemen puncak sampai karyawan operasional harus memperoleh pendidikan mengenai kualitas. Aspek-aspek yang perlu mendapatkan penekanan dalam pendidikan tersebut meliputi konsep kualitas sebagai strategi bisnis, alat dan teknik implementasi strategi kualitas dan peranan eksekutif perusahaan dalam implementasi strategi kualitas.

3. Perencanaan

Proses perencanaan strategik harus mencakup pengukuran dan tujuan kualitas yang digunakan untuk mengarahkan perusahaan untuk mencapai misinya.

4. Review

Proses yang merupakan alat yang efektif bagi manajemen untuk mengubah perilaku organisasi. Proses ini merupakan suatu mekanisme yang menjamin

adanya perhatian yang konstan dan terus-menerus untuk mencapai tujuan kualitas.

#### 5. Komunikasi

Implementasi strategi kualitas dalam organisasi dipengaruhi oleh proses komunikasi dalam perusahaan. Komunikasi harus dilakukan dengan karyawan, pelanggan, pemegang saham, pemerintah dan masyarakat umum.

#### 6. Penghargaan dan Pengakuan (*Total Human Reward*)

Setiap karyawan yang berprestasi perlu diberikan penghargaan oleh perusahaan dan prestasinya tersebut harus diakui oleh perusahaan. Dengan adanya pengakuan tersebut nantinya akan meningkatkan motivasi, moral kerja dan rasa kepemilikan setiap karyawan terhadap perusahaan yang pada gilirannya dapat memberikan kontribusi besar bagi perusahaan.

#### **2.2.6. Pengelolaan Kualitas Jasa**

Untuk memberikan hasil terbaik bagi perusahaan, maka kualitas jasa perlu dikelola agar dapat bersaing dipasar. Salah satu cara untuk meningkatkan kualitas jasa adalah dengan memenuhi kualitas jasa melebihi ekspektasi karyawan. Pengelola kualitas dilakukan untuk menghindari dan mencegah terjadinya inefisiensi dan pemborosan karena kegagalan dalam penyampaian jasa.

Parasuraman, Zeithmal dan Bery membentuk model kualitas menyoroti syarat-syarat utama untuk memberikan kualitas jasa yang diharapkan. Terdapat lima

senjang yang mengakibatkan suatu kegagalan dalam penyampaian jasa (Supranto, 1997)

1. Senjang antara harapan pelanggan dan persepsi manajemen. Manajemen tidak selalu memahami secara tepat apa keinginan pelanggan.
2. Senjang antara persepsi manajemen dan spesifikasi kualitas jasa. Manajemen mungkin benar dalam memahami keinginan pelanggan, tetapi tidak menetapkan standar pelaksanaan yang spesifik.
3. Senjang antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa. Para karyawan mungkin tidak terlatih atau bekerja melampaui batas dan tidak mampu atau tidak bersedia memenuhi standar, atau mereka dihadapkan pada standar yang berlawanan, seperti penyediaan waktu untuk mendengarkan pelanggan dan melayani dengan cepat.
4. Senjang antara penyampaian jasa dengan komunikasi eksternal. Harapan pelanggan dipengaruhi oleh pernyataan yang dibuat oleh wakil-wakil dan iklan perusahaan. Apabila yang disampaikan tidak sesuai dengan kenyataan maka hal itu telah merusak ekspektasi pelanggan.

Senjang antara jasa yang dirasakan dan jasa yang diharapkan. Senjang ini diakibatkan karena konsumen mengukur kinerja perusahaan dengan cara yang berbeda dan memiliki persepsi yang keliru mengenai kualitas jasa. Kesenjangan ini paling berpengaruh karena terjadi dalam diri pelanggan secara internal. Pelanggan merasakan sekaligus menentukan kualitas aktual suatu produk jasa.

### 2.2.7. Kepuasan Pelanggan

Setiap perusahaan yang memasarkan suatu produk berupa barang atau jasa selalu menginginkan konsumen atau pelanggan merasa puas terhadap jasa yang ditawarkan. Pelanggan adalah seseorang yang membeli sesuatu dari kita ( Griffin. 1995: 53 ). Menurut Gasperz (1997) pelanggan adalah semua orang yang menuntut perusahaan untuk memenuhi standar kualitas tertentu dan karena itu akan memberikan pengaruh pada *performance* perusahaan. Foster (2001) memberikan beberapa definisi tentang pelanggan yaitu :

1. Pelanggan adalah orang yang tidak tergantung kepada kita, tetapi kita yang tergantung kepadanya.
2. Pelanggan adalah seseorang yang membawa kita kepada keinginannya.
3. Tidak ada satu orang pun yang menang beradu argumentasi dengan pelanggan.
4. Pelanggan adalah orang yang teramat penting yang harus dipuaskan.

Kemudian dikenal terdapat tiga macam pelanggan dalam sistem kualitas modern, yaitu :

1. Pelanggan internal yaitu orang yang berada dalam perusahaan dan mempunyai pengaruh terhadap performansi pekerjaan atau perusahaan.
2. Pelanggan antara yaitu orang yang bertindak atau berperan sebagai perantara, bukan sebagai pemakai akhir suatu produk.
3. Pelanggan eksternal yaitu seseorang yang memakai produk akhir.

Pada umumnya pelanggan menginginkan produk yang memiliki karakteristik lebih cepat, lebih murah, lebih baik. Karakteristik lebih cepat biasanya berkaitan dengan dimensi waktu yang menggambarkan kecepatan kemudahan atau kenyamanan untuk memperoleh produk tersebut. Karakteristik lebih murah berkaitan dengan dimensi biaya yang menggambarkan biaya atau ongkos dari suatu produk yang dibayarkan oleh pelanggan. Karakteristik lebih baik berkaitan dengan dimensi kualitas produk yang paling sulit digambarkan secara tepat (Gasperz, 1997).

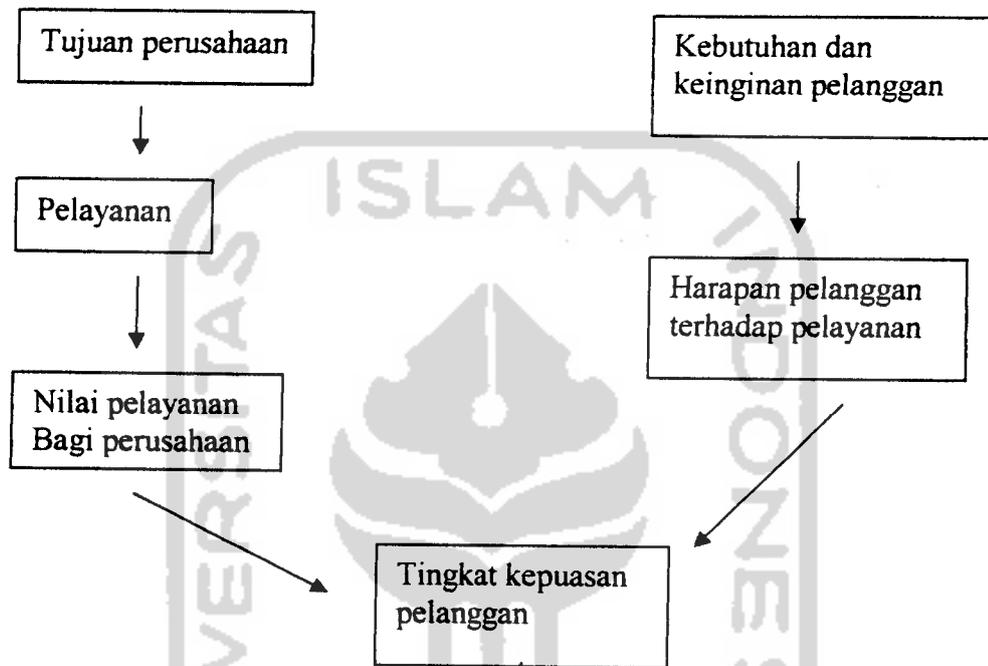
Sedangkan kepuasan menurut Westbrook (1980) adalah suatu hasil atas pembelian dimana seseorang membandingkan penghargaan dengan besarnya biaya, dengan kata lain kepuasan pelanggan adalah suatu evaluasi pengalaman atau hasil yang dihubungkan setelah menggunakan suatu barang atau jasa.

Kepuasan pelanggan secara sederhana (Gasperz, 1997). didefinisikan sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi. Dengan demikian apabila dinyatakan sebagai suatu rasio, maka dapat dirumuskan persamaan kepuasan pelanggan sebagai berikut :  $Z = X / Y$ , dimana Z adalah kepuasan pelanggan, X adalah kualitas yang dirasakan pelanggan, Y adalah kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah penilaian dan perbandingan pelanggan, yaitu suatu pengamatan kondisi yang mengevaluasi umpan balik apakah yang dirasakan pantas setelah pelanggan melakukan pembelian (Howard dan Sheth, 1969). Kepuasan pelanggan juga dapat diartikan sebagai evaluasi pelanggan setelah melakukan pembelian (Anderson, Fornell dan Lehman, 1994).

Secara konseptual kepuasan konsumen/ pelanggan dapat digambarkan sebagai berikut

: ( Fandy Tjiptono. 2002, 25 )



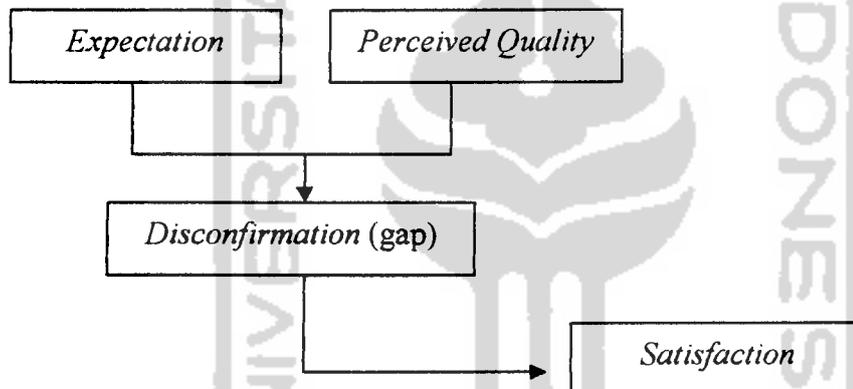
**Gambar 2.1. konsep kepuasan pelanggan**

Kepuasan pelanggan juga sangat tergantung pada *expectation* dan *perceived*, faktor-faktor yang mempengaruhi *expectation* dan *perceived* pelanggan (Gasperz, 1997) adalah :

1. Kebutuhan atau keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan pelanggan ketika ia sedang mencoba melakukan transaksi dengan produsen atau pemasok produk.
2. Pengalaman masa lalu ketika mengonsumsi atau menggunakan produk dari perusahaan maupun pesaing-pesaingnya.

3. Pengalaman dari kerabat dimana mereka akan menceritakan kualitas produk dari perusahaan yang akan dibeli oleh pelanggan.
4. Komunikasi melalui iklan dan pemasaran yang mempengaruhi persepsi pelanggan.

**Gambar 2.2.**  
**The Satisfaction Process**



**Sumber : Roland T. Rust, Anthony J, Timothy L**

Perwujudan kepuasan pelanggan dapat didefinisikan secara lebih sederhana melalui lima dimensi kualitas pelayanan, bagaimana dikemukakan oleh Parasuman, Berry dan Zeithaml ( Kotler, 1995 ) dalam penelitian mereka, yaitu :

1. *Reliability* ( kehandalan ) yaitu kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya. Misalnya pelayanan pembayaran yang

2. Responsiveness (tanggapan) yaitu kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa yang cepat. Ini meliputi kategori ketepatan waktu pelayanan dan tanggung jawab. Misalnya kemampuan karyawan dalam menanggapi kebutuhan dan keluhan pelanggan serta kemampuan karyawan memberikan informasi yang lengkap pada pelanggan.
3. Assurance (keyakinan) yaitu pengetahuan, kesopanan karyawan dan kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan. Misalnya karyawan memberikan pelayanan yang ramah dan sopan.
4. Empaty (empati) yaitu syarat untuk peduli, memberikan perhatian pribadi terhadap pelanggan. Dimensi ini meliputi kategori variasi model pelayanan dan pelayanan pribadi. Misalnya bertanggung jawab terhadap keamanan pelanggan dan karyawan memberikan kesan yang baik kepada pelanggan.
5. Tangible (berwujud) yaitu penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil dan media komunikasi. Dimensi ini meliputi kelengkapan, kemudahan dalam mendapatkan pelayanan, kenyamanan dan atribut pelayanan lainnya. Misalnya kebersihan ruangan, tersedianya fasilitas, AC atau pendingin ruangan, TV, dan koran di ruang tunggu serta kerapian penampilan karyawan.

Kepuasan pelanggan merupakan tujuan dari perusahaan yang memiliki komitmen terhadap kualitas. Dengan kepuasan pelanggan berarti akan diperlukan upaya secara berkesinambungan untuk mendapatkan informasi tentang kebutuhan, keinginan, dan

harapan pelanggan terhadap suatu barang dan jasa. Informasi tersebut diolah untuk menciptakan produk yang berkualitas. Produk berkualitas dengan harga kompetitif akan menarik pelanggan dan akhirnya akan meningkatkan volume penjualan sekaligus kualitas yang dirasakan pelanggan meningkat.

#### **2.2.8. Total Quality Management ( TQM )**

Dalam meningkatkan kualitas kinerja dari perusahaan, TQM ( Total Quality Management ) menjadi pilihan yang tepat untuk memajukan perusahaan. TQM diartikan sebagai perpaduan semua fungsi dari perusahaan kedalam falsafah holistic yang dibangun berdasarkan konsep kualitas, team work, produktivitas, dan pengertian serta kepuasan pelanggan ( Ishikawa dalam Pawitra, 1993: 135 ). TQM merupakan sistem manajemen yang mengangkat kualitas sebagai strategi usaha dan berorientasi pada kepuasan pelanggan dengan melibatkan anggota organisasi ( Santosa, 1992: 33 ).

Untuk memudahkan pemahaman, TQM dapat dibedakan dalam dua aspek. Aspek pertama menguraikan apa itu TQM dan aspek kedua membahas bagaimana mencapainya. TQM merupakan suatu pendekatan dalam menjalankan usaha yang mencoba untuk memaksimalkan daya saing organisasi melalui perbaikan terus-menerus atas produk , jasa, manusia, proses, dan lingkungannya.

Kualitas pelayanan dapat dicapai dengan memperhatikan karakteristik dari TQM, antara lain :

- Fokus pada pelanggan, baik pelanggan internal maupun pelanggan eksternal.
- Memiliki obsesi yang tinggi pada kualitas.
- Menggunakan pendekatan ilmiah pada pengambilan keputusan dan pemecahan masalah.
- Memiliki komitmen jangka panjang.
- Membutuhkan kerjasama kelompok ( team work ).
- Memperbaiki proses secara berkesinambungan.
- Menyelenggarakan pendidikan dan pelatihan.
- Memberikan kebebasan yang terkendali.
- Memiliki kesatuan tujuan.
- Adanya keterlibatan dan pemberdayaan karyawan.

#### **2.2.9. Pengaruh Kualitas dengan Kepuasan Pelanggan**

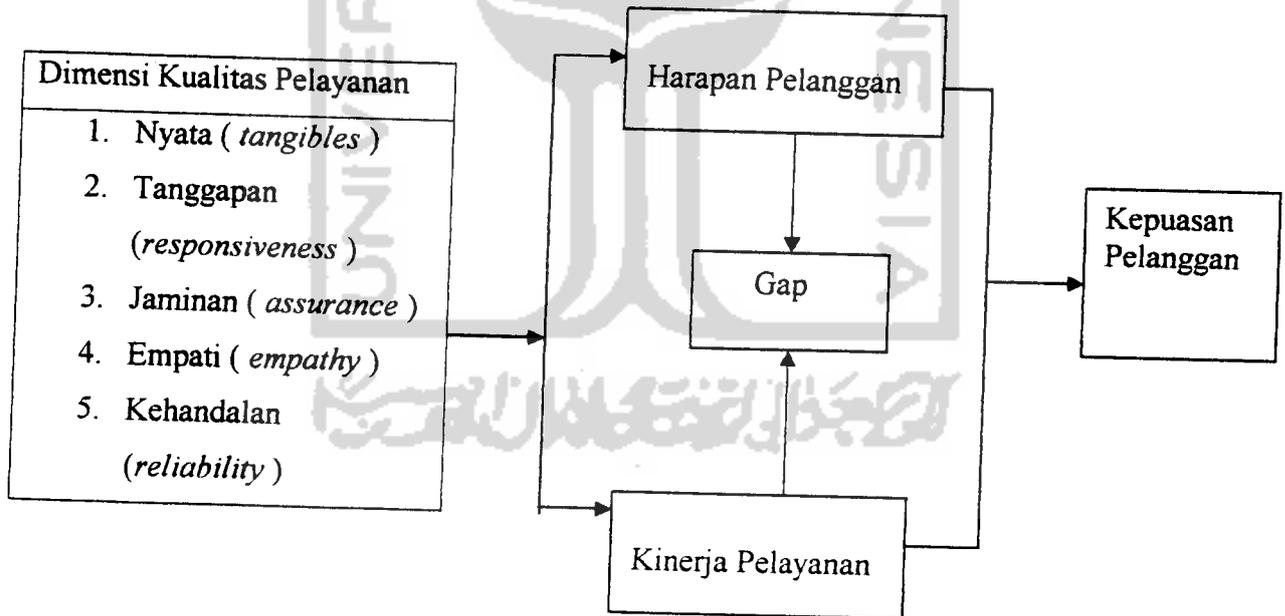
Semakin tinggi tingkat kualitas jasa yang dipersepsikan, semakin meningkat pula kepuasan pelanggan. Kualitas jasa memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan, kualitas memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang erat dengan perusahaan, sehingga memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama kebutuhan para pelanggannya, adapun manfaat dari kualitas yang tinggi antara lain berupa :

1. Pangsa pasar yang lebih besar
2. Harga saham perusahaan perusahaan lebih tinggi

memahami dengan seksama kebutuhan para pelanggannya, adapun manfaat dari kualitas yang tinggi antara lain berupa :

1. Pangsa pasar yang lebih besar
2. Harga saham perusahaan perusahaan lebih tinggi
3. Harga jual produk baik barang maupun jasa akan lebih tinggi
4. Produktivitas perusahaan akan meningkat

### 2.3. Kerangka Pikir



Gambar 2.3. kerangka pikir

#### **2.4. Hipotesis Penelitian**

Dalam penelitian ini penulis mengajukan hipotesis, antara lain :

1. Diduga kualitas pelayanan PT PLN ( persero ) UPJ Bangsri belum memenuhi harapan pelanggan.
2. Diduga ada pengaruh positif dan signifikan dari dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di kantor cabang PT PLN ( persero ) UPJ Bangsri yang berlokasi di jalan raya Krasak Bangsri KM 15 Bangsri Jepara.

#### **3.1.1. Gambaran Umum Perusahaan**

##### **3.1.1.1. Sejarah PT. PLN ( persero )**

Sejarah ketenaga listrikan di Indonesia dimulai pada akhir abad 19, ketika beberapa perusahaan Belanda mendirikan pembangkit tenaga listrik untuk keperluan sendiri. Pengusahaan tenaga listrik tersebut berkembang menjadi untuk kepentingan umum, diawali dengan perusahaan swasta Belanda yaitu NV. NIGM yang memperluas usahanya dari hanya di bidang gas ke bidang tenaga listrik. Selama Perang Dunia II berlangsung, perusahaan-perusahaan listrik tersebut dikuasai oleh Jepang dan setelah kemerdekaan Indonesia, tanggal 17 Agustus 1945, perusahaan-perusahaan listrik tersebut direbut oleh pemuda-pemuda Indonesia pada bulan September 1945 dan diserahkan pada Pemerintah Republik Indonesia. Pada tanggal 27 Oktober 1945, Presiden Soekarno membentuk Jawatan Listrik dan Gas, dengan kapasitas pembangkit tenaga listrik hanya sebesar 157,5 MW saja.

Pada tanggal 1 Januari 1961, jawatan Listrik dan Gas di ubah menjadi BPU-PLN ( Badan Pimpinan Umum Perusahaan Listrik Negara ) yang bergerak di bidang listrik, gas, dan kokas. Tanggal 1 Januari 1965, BPU-PLN dibubarkan dan dibentuk 2 perusahaan Negara yaitu Perusahaan Listrik Negara ( PLN ) yang mengelola listrik dan Perusahaan Gas Negara ( PGN ) yang mengelola gas. Saat itu kapasitas pembangkit tenaga listrik PLN sebesar 300 MW. Pada tahun 1972, Pemerintah Indonesia menetapkan status Perusahaan Listrik Negara sebagai Perusahaan Umum Listrik Negara ( PLN ) lalu pada tahun 1990 melalui peraturan pemerintah No. 17, PLN ditetapkan sebagai pemegang kuasa usaha ketenagalistrikan. Tahun 1992, pemerintah memberikan kesempatan pada sektor swasta untuk bergerak dalam bisnis penyediaan tenaga listrik, sejalan dengan kebijakan itu, pada bulan Juni 1994 status PLN dialihkan dari Perusahaan Umum menjadi Perusahaan Perseroan ( Persero ).

Visi dari PLN adalah diakui sebagai perusahaan kelas dunia yang bertumbuh kembang, unggul dan terpercaya dengan bertumpu pada potensi insani. Sedangkan misi yang akan dijalankan PLN adalah sebagai berikut :

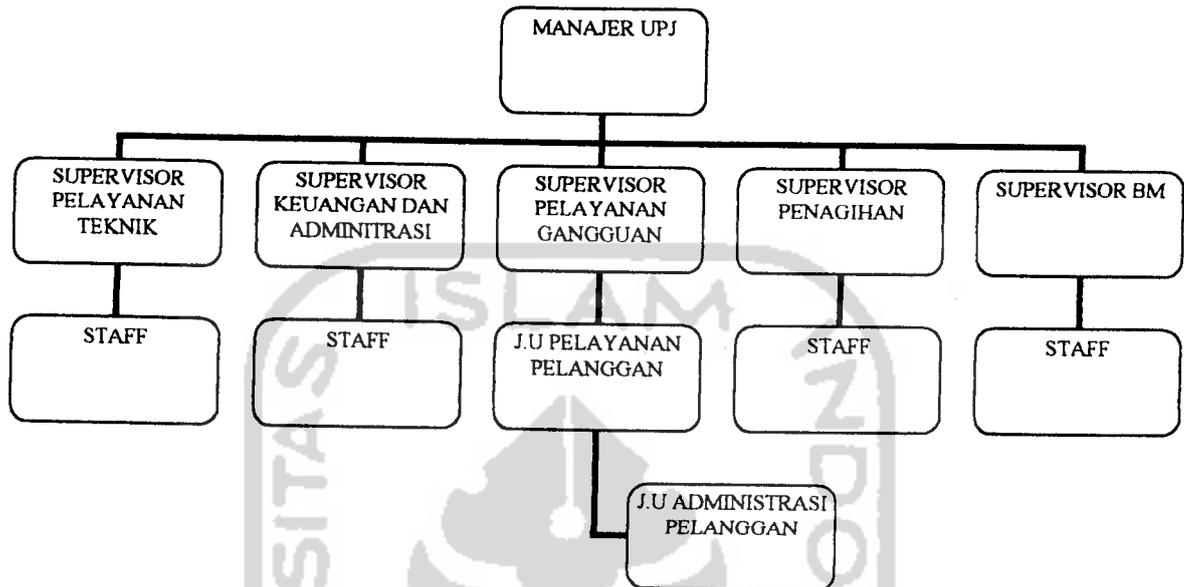
1. menjalankan bisnis kelistrikan dan bidang lain yang terkait, berorientasi pada kepuasan pelanggan, anggota perusahaan, dan pemegang saham.
2. menjadikan tenaga listrik sebagai media untuk meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat.
3. mengupayakan agar tenaga listrik menjadi pendorong kegiatan ekonomi.
4. menjalankan usaha yang berwawasan lingkungan.

Sedangkan motto yang di usung PT PLN adalah “ listrik untuk kehidupan yang lebih baik “.

### **3.1.1.2. Sejarah PT. PLN ( persero ) UPJ Bangsri**

Bermula pada Januari 1995, PT. PLN ( persero ) UPJ ( Unit Pelayanan dan Jaringan ) Bangsri mulai dibentuk oleh APJ ( area pelayanan dan jaringan ) Kudus yang merupakan pecahan dari UPJ Jepara, ini dikarenakan daerah operasional dari UPJ Jepara yang terlalu luas meliputi kabupaten Jepara dan sebagian kabupaten Pati, oleh karena itu UPJ Bangsri dibentuk untuk mengatasi daerah operasional yang luas tersebut. Wilayah operasional dari PT. PLN ( persero ) UPJ Bangsri meliputi lima kecamatan di Jepara yaitu Mlonggo, Bangsri, Kembang, Keling, Cluwak serta sebagian wilayah kabupaten Pati.

## STRUKTUR ORGANISASI PT.PLN ( PERSERO ) UPJ BANGSRI



**Gambar 3.1. struktur organisasi PT.PLN ( persero ) UPJ Bangsri**

### 3.2. Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini terbagi dua, yaitu variable independen dan variable dependen. Variabel independen (variabel bebas) dalam penelitian ini adalah :

- X1 = Nyata (tangible)
- X2 = Tanggapan ( responsiveness )
- X3 = Keyakinan ( assurance )
- X4 = Empati (empaty)
- X5 = Kehandalan (reliability)

Sedangkan variabel dependennya adalah Y = kepuasan pelanggan. Pelanggan dalam menggunakan jasa mengharapkan terpenuhinya kebutuhan, keinginan, dan

harapan dalam wujud dimensi kualitas jasa yang diterima untuk mendapatkan kepuasan. Tingkat kepuasan pelanggan dapat diketahui dengan membandingkan antara tingkat pelayanan yang dirasakan dengan yang diharapkan pelanggan.

### 3.3. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

#### 1. Nyata (*Tangible* )

- Kebersihan ruangan
- Kerapian penampilan karyawan.
- Tersedianya fasilitas , AC atau pendingin ruangan, TV ,dan koran di ruang tunggu
- Tempat parkir yang luas dan aman
- Memiliki fasilitas operasi yang lengkap dan mutakhir

#### 2. Tanggapan (*Responsiveness*)

- Kemampuan karyawan dalam menanggapi kebutuhan pelanggan
- Karyawan mampu memberikan informasi yang lengkap pada pelanggan
- Kemampuan karyawan dalam menanggapi keluhan pelanggan
- Karyawan seharusnya cekatan dalam memberikan pelayanan
- Karyawan memberikan tanggapan yang baik terhadap keluhan pelanggan

#### 3. Jaminan (*Assurance*)

- Pengetahuan dan kecakapan karyawan dalam setiap bidangnya
- Karyawan memberikan pelayanan yang ramah dan sopan

- Karyawan mampu berkomunikasi yang efektif dengan pelanggan
- Memberikan jaminan apabila terjadi kesalahan pada pekerjaan karyawan
- Karyawan mempunyai sifat jujur dan dapat dipercaya.

#### 4. Empati (*Empaty*)

- Bertanggung jawab terhadap keamanan pelanggan
- Karyawan memberikan kesan yang baik kepada pelanggan
- Memberi perhatian pada pelanggan
- Menghargai pelanggan dan tidak arogan
- Memberikan kemudahan dalam akses pelayanan

#### 5. Kehandalan (*Reliability*)

- Kerja sama karyawan dalam memberikan Informasi mengenai tagihan rekening listrik.
- Pelayanan pembayaran yang cepat
- Menyelesaikan pekerjaan dengan tepat waktu
- Memberikan pelayanan yang memuaskan sesuai dengan kebutuhan pelanggan
- Memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan.

### **3.4. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data**

#### **3.4.1. Jenis Data**

Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Data primer, yaitu data yang diperoleh dari sumber pertama baik dari individu atau perorangan lewat hasil pengisian kuisisioner yang dilakukan oleh peneliti.
2. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh diperoleh dari luar perusahaan, berupa laporan-laporan, literatur yang berhubungan dengan penelitian ini.

#### **3.4.2. Teknik Pengumpulan Data**

1. **Kuisisioner**, adalah suatu metode pencarian data dengan memberikan daftar pertanyaan yang tersusun secara rapi yang digunakan untuk mencari data yang diperlukan. Bentuk pertanyaan yang diajukan adalah pertanyaan tertutup. Kuisisioner terdiri dari pernyataan-pernyataan tertulis yang disusun berdasarkan dimensi kualitas pelayanan. Pernyataan-pernyataan dalam masing-masing dimensi pada kuisisioner ini menyangkut segala sesuatu yang dirasakan pelanggan PT PLN ( persero ) UPJ Bangsri selama menggunakan atau merasakan layanan PT PLN ( persero ) UPJ Bangsri.. Indikator pernyataan dapat dilihat pada bagian (definisi operasional variabel 3.3).

## 2. Uji Validitas

Uji validitas ini adalah digunakan untuk menguji bahwa kuisioner tersebut merupakan alat yang tepat dilakukan untuk uji coba atau pretest pada sejumlah responden dan kemudian menghitung korelasi antara masing-masing pertanyaan dengan skor total. Uji validitas yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 sampel. Teknik korelasi yang akan digunakan adalah teknik korelasi produc moment, Dengan rumus :

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

dimana:

- r = Korelasi produk momen antara x dan y
- x = Skor butir pernyataan
- y = Skor total subyek
- N = Jumlah subyek

## 3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah untuk menguji konsistensi hasil pengukuran jika digunakan terus menerus. Uji ini dapat dilakukan dengan metode retest atau belah dua yaitu membagi pertanyaan yang valid menjadi dua kelompok yaitu item yang

bernomer ganjil dan item yang bernomor genap. Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan terhadap 100 sampel. Uji ini dapat dihitung dengan menggunakan rumus Spearman Brown :

$$r_{xx'} = \frac{2(r_{y_1 y_2})}{1 + r_{y_1 y_2}}$$

dimana:

$r_{xx'}$  = Koefisien reliabilitas

$r_{y_1 y_2}$  = Koefisien korelasi antara skor belahan  $y_1$  dan  $y_2$

### 3.5. Populasi dan Sampel

#### 3.5.1 Populasi

Populasi pada penelitian ini adalah para pelanggan yang sedang melakukan pembayaran rekening ataupun yang pernah datang ke kantor PT PLN ( persero ) UPJ Bangsri.

#### 3.5.2. Sampel

Sampel merupakan sub kelompok dari populasi yang dipilih dalam penelitian. Penentuan jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus ( Budiyono, 1993: 180 ) sebagai berikut :

$$n = \frac{1}{4} \left[ \frac{Z}{E} \right]^2$$

Dimana : n = besarnya sampel

E = tingkat kesalahan

Z = tingkat kesalahan yang diinginkan

Penelitian ini menggunakan probabilitas atau  $\alpha = 5\%$ , karena pada umumnya tingkat probabilitas yang digunakan adalah  $\alpha = 5\%$ . Diharapkan bahwa besarnya kesalahan dalam penggunaan sampel ( kesalahan sampel ) tidak lebih dari 10 %, maka sampel dapat dihitung sebagai berikut :

$$n = 0,25 \left[ \frac{1,96}{0,1} \right]^2$$

$$n = 96,04 \rightarrow \text{dibulatkan menjadi } 100$$

Dari perhitungan diatas akan didapat jumlah sampel sebanyak 96 sampel atau responden, untuk memudahkan penelitian maka sampel dibulatkan menjadi 100.

### 3.5. 3. Teknik Sampel

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah Convenience Sampling (sampel berdasarkan kemudahan). Dalam teknik sampling ini, yang diambil sebagai anggota sampel adalah orang-orang atau elemen yang mudah ditemui atau berada pada waktu yang tepat. Sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 100 orang pelanggan yang pernah datang atau sedang berada di kantor cabang P.T PLN ( persero ) UPJ Bangsri.

### **3.6. Teknik Analisis**

#### **3.6.1. Analisis Deskriptif**

Penelitian ini digunakan untuk menganalisis data dengan cara memberikan keterangan-keterangan dan penjelasan tentang obyek yang dibahas. Keterangan dan penjelasan ini berupa presentasi tentang hal-hal yang berhubungan dengan kepuasan pelanggan yang berdasarkan permasalahan yang terjadi

#### **3.6.2. Analisis Statistik**

Penelitian menggunakan analisis statistik yaitu uji regresi linier berganda

##### **3.6.1. Regresi Linier Berganda**

Regresi linier berganda didasarkan pada hubungan kausal antara lima variabel independen dan satu variabel dependen. Regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh lima variabel independen terhadap variabel dependen (Singgih Santoso, 2001 : 196).

Persamaan umum linear berganda adalah

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + e$$

Dimana :

Y = Kepuasan konsumen

X1 = Variabel Nyata ( *tangibles* )

X2 = Variabel Tanggapan ( *responsiveness* )

X3 = Variabel Jaminan ( *assurance* )

X4 = Variabel Empati ( *empathy* )

X5 = Variabel Keandalan ( *reliability* )

a = intersep atau konstanta

b = Koefisien korelasi regresi yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen berdasarkan variabel independen.

e = kesalahan pengganggu ( *error disturbance* )

Bentuk pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Uji Serentak ( Uji F )

Uji ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen dengan dependent secara simultan. Pengujian melalui uji F atau variasinya dengan membandingkan F–hitung (Fh) dengan F–tabel (Ft) pada derajat signifikan 5%.

Hipotesis yang digunakan adalah :

Ho : menyatakan bahwa terdapat pengaruh dimensi kualitas jasa ( *tangibles, responsiveness, assurance, empathy, reliability* ) terhadap kepuasan pelanggan P.T. PLN ( Persero ) UPJ Bangsri.

Ha : menyatakan tidak terdapat pengaruh dimensi kualitas jasa ( *tangiblse, responsiveness, assurance, empathy, reliability* ) terhadap kepuasan pelanggan P.T. PLN ( Persero ) UPJ Bangsri..

Apabila hasil perhitungan menunjukkan :

- a.  $F_h > F_t$ , atau apabila probabilitas kesalahan kurang dari 5% maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, menyatakan tidak terdapat pengaruh dimensi kualitas jasa ( *tangibles, responsiveness, assurance, empathy, reliability* ) terhadap kepuasan pelanggan P.T. PLN ( Persero ) UPJ Bangsri..
- b.  $F_h < F_t$ , atau apabila probabilitas kesalahan lebih dari 5% maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, menyatakan bahwa terdapat pengaruh dimensi kualitas jasa ( *tangibles, responsiveness, assurance, empathy, reliability* ) terhadap kepuasan pelanggan P.T. PLN ( Persero ) UPJ Bangsri.

Untuk menguji keberartian linier berganda secara bersama-sama, maka dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan  $F_{hitung}$ . Dari uji F dapat diketahui derajat ketepatan / keberartian model regresi linier berganda dalam penelitian.

## 2) Uji Parsial ( Uji t ).

Untuk menguji tentang pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen digunakan uji t, yaitu untuk menguji keberartian koefisien regresi linier berganda secara parsial. Pengujian melalui uji t adalah membandingkan t–hitung ( $t_{hitung}$ ) dengan t-tabel ( $t_{tabel}$ ) pada derajat signifikan 5%.

Formulasi hipotesis :

Ho : variabel dependen dapat menerangkan variabel independen dan tidak ada pengaruh yang signifikan diantara kedua variabel yang diuji.

Ha : variabel dependen dapat menerangkan variabel independen dan ada pengaruh yang signifikan diantara kedua variabel yang diuji

Apabila hasil pengujian menunjukkan :

- 1)  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  atau apabila probabilitas kesalahan kurang dari 5% maka Ho ditolak dan Ha diterima. Artinya variabel dependen dapat menerangkan variabel independen dan ada pengaruh yang signifikan diantara kedua variabel yang diuji
- 2)  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  atau apabila probabilitas kesalahan lebih dari 5% maka Ho diterima dan Ha ditolak. Artinya variabel dependen dapat menerangkan variabel independen dan tidak ada pengaruh yang signifikan diantara kedua variabel yang diuji.

## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA**

Pada bab ini, penulis akan menganalisis data yang telah terkumpul, data tersebut berupa hasil jawaban responden dalam kuisisioner, yang berbentuk pilihan (*multiplechoice*) yaitu dengan memilih dan memberi tanda pada jawaban yang dianggap paling benar menurut pendapat masing-masing responden, yang menjadi responden adalah para pelanggan yang sedang berada di kantor P.T. PLN (Persero) UPJ Bangsri atau yang pernah datang ke kantor P.T. PLN (Persero) UPJ Bangsri. Hasil pengolahan data berupa informasi untuk mengetahui kualitas pelayanan P.T. PLN apakah ada perbedaan penilaian antara harapan dengan yang dirasakan oleh pelanggan. Serta untuk mengetahui apakah dimensi-dimensi kualitas jasa (*tangibles, responsiveness, assurance, empathy, reliability*) mempengaruhi kepuasan pelanggan..

Sesuai dengan permasalahan dan perumusan model yang telah dikemukakan, maka teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi analisis deskriptif dan statistik. Analisis statistik merupakan analisis yang mengacu pada perhitungan dan penilaian yang berupa angka-angka yang dianalisis dengan bantuan komputer melalui program SPSS.12, sedangkan analisis deskriptif merupakan analisis yang menjelaskan gejala-gejala yang terjadi pada variable - variabel penelitian yang berpedoman pada hasil analisis statistik.

#### 4.1. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan bertujuan untuk mengetahui valid atau tidaknya setiap butir pernyataan dalam suatu kuisioner. Uji validitas yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 sampel. Hasil analisis dikatakan valid apabila setiap korelasi tidak melebihi angka 0.05. Hasil pengukuran uji validitas ini dilakukan dengan menggunakan komputerisasi program SPSS dan dikelompokan seperti dibawah ini.

**Tabel 4.1.1.**  
**Validitas Variabel Harapan pelanggan**

No	Atribut	Korelasi	Hasil
1	Kebersihan ruangan	0.000	Valid
2	Kerapian penampilan karyawan	0.000	Valid
3	Tersedianya fasilitas , AC atau pendingin ruangan, TV ,dan koran di ruang tunggu	0.000	Valid
4	Tempat parkir yang luas dan aman	0.000	Valid
5	Memiliki fasilitas operasi yang lengkap dan mutakhir	0.000	Valid
6	Kemampuan karyawan dalam menanggapi kebutuhan pelanggan	0.000	Valid
7	Karyawan mampu memberikan informasi yang lengkap pada pelanggan	0.001	Valid
8	Kemampuan karyawan dalam menanggapi keluhan pelanggan	0.002	Valid
9	Karyawan seharusnya cekatan dalam memberikan pelayanan	0.000	Valid
10	Karyawan memberikan tanggapan yang baik terhadap keluhan pelanggan	0.000	Valid
11	Pengetahuan dan kecakapan karyawan dalam setiap bidangnya	0.000	Valid
12	Karyawan memberikan pelayanan yang ramah dan sopan	0.000	Valid

13	Karyawan mampu berkomunikasi yang efektif dengan pelanggan	0,001	Valid
14	Memberikan jaminan apabila terjadi kesalahan pada pekerjaan karyawan	0,000	Valid
15	Karyawan mempunyai sifat jujur dan dapat dipercaya	0,000	Valid
16	Bertanggung jawab terhadap keamanan pelanggan	0,000	Valid
17	Karyawan memberikan kesan yang baik kepada pelanggan	0,000	Valid
18	Memberi perhatian pada pelanggan	0,000	Valid
19	Menghargai pelanggan dan tidak arogan	0,000	Valid
20	Memberikan kemudahan dalam akses pelayanan	0,000	Valid
21	Kerja sama karyawan dalam memberikan Informasi mengenai tagihan rekening listrik	0,000	Valid
22	Pelayanan pembayaran yang cepat	0,000	Valid
23	Menyelesaikan pekerjaan dengan tepat waktu	0,000	Valid
24	Memberikan pelayanan yang memuaskan sesuai dengan kebutuhan pelanggan	0,001	Valid
25	Memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan	0,000	Valid

**Sumber : Data yang telah diolah**

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa hasil analisis kesahihan butir pernyataan pada harapan dikatakan valid karena setiap korelasi tidak melebihi batas maksimal yaitu 0.05. Artinya setiap butir pernyataan dalam kuisisioner valid dan setiap pernyataan mempunyai hubungan korelasi positif dengan pernyataan lainnya.

Tabel 4.1.2.

## Validitas Variabel Kinerja pelayanan

no	Atribut	Korelasi	hasil
1	Kebersihan ruangan	0.000	Valid
2	Kerapian penampilan karyawan	0.001	Valid
3	Tersedianya fasilitas , AC atau pendingin ruangan, TV ,dan koran di ruang tunggu	0.000	Valid
4	Tempat parkir yang luas dan aman	0.000	Valid
5	Memiliki fasilitas operasi yang lengkap dan mutakhir	0.000	Valid
6	Kemampuan karyawan dalam menanggapi kebutuhan pelanggan	0.000	Valid
7	Karyawan mampu memberikan informasi yang lengkap pada pelanggan	0.000	Valid
8	Kemampuan karyawan dalam menanggapi keluhan pelanggan	0.000	Valid
9	Karyawan seharusnya cekatan dalam memberikan pelayanan	0.000	Valid
10	Karyawan memberikan tanggapan yang baik terhadap keluhan pelanggan	0.000	Valid
11	Pengetahuan dan kecakapan karyawan dalam setiap bidangnya	0.000	Valid
12	Karyawan memberikan pelayanan yang ramah dan sopan	0.000	Valid
13	Karyawan mampu berkomunikasi yang efektif dengan pelanggan	0,000	Valid
14	Memberikan jaminan apabila terjadi kesalahan pada pekerjaan karyawan	0.000	Valid
15	Karyawan mempunyai sifat jujur dan dapat dipercaya	0.000	Valid
16	Bertanggung jawab terhadap keamanan pelanggan	0,000	Valid
17	Karyawan memberikan kesan yang baik kepada pelanggan	0,000	Valid
18	Memberi perhatian pada pelanggan	0,000	Valid
19	Menghargai pelanggan dan tidak arogan	0,000	Valid
20	Memberikan kemudahan dalam akses pelayanan	0,000	Valid
21	Kerja sama karyawan dalam meberikan Informasi mengenai tagihan rekening listri	0,000	Valid
22	Pelayanan pembayaran yang cepat	0,000	Valid

23	Menyelesaikan pekerjaan dengan tepat waktu	0,000	Valid
24	Memberikan pelayanan yang memuaskan sesuai dengan kebutuhan pelanggan	0.000	Valid
25	Memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan	0,000	Valid

Sumber : Data yang telah diolah

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa hasil analisis kesahihan butir pernyataan pada kinerja pelayanan dikatakan valid karena setiap korelasi tidak melebihi batas maksimal yaitu 0.05. Artinya setiap butir pernyataan dalam kuisisioner valid dan setiap pernyataan mempunyai hubungan korelasi positif dengan pernyataan lainnya.

Tabel 4.1.3.

Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan

No	Atribut	korelasi	hasil
1	Kebersihan ruangan	0.000	Valid
2	Kerapian penampilan karyawan	0.000	Valid
3	Tersedianya fasilitas , AC atau pendingin ruangan, TV ,dan koran di ruang tung	0.001	Valid
4	Tempat parkir yang luas dan aman	0.000	Valid
5	Memiliki fasilitas operasi yang lengkap dan mutakhir	0.000	Valid
6	Kemampuan karyawan dalam menanggapi kebutuhan pelanggan	0.001	Valid
7	Karyawan mampu memberikan informasi yang lengkap pada pelanggan	0.000	Valid
8	Kemampuan karyawan dalam menanggapi keluhan pelanggan	0.001	Valid
9	Karyawan seharusnya cekatan dalam memberikan pelayanan	0.001	Valid
10	Karyawan memberikan tanggapan yang baik terhadap keluhan pelanggan	0.000	Valid
11	Pengetahuan dan kecakapan karyawan dalam	0.000	Valid

	setiap bidangnya		
12	Karyawan memberikan pelayanan yang ramah dan sopan	0,000	Valid
13	Karyawan mampu berkomunikasi yang efektif dengan pelanggan	0,000	Valid
14	Memberikan jaminan apabila terjadi kesalahan pada pekerjaan karyawan	0,000	Valid
15	Karyawan mempunyai sifat jujur dan dapat dipercaya	0,000	Valid
16	Bertanggung jawab terhadap keamanan pelanggan	0,000	Valid
17	Karyawan memberikan kesan yang baik kepada pelanggan	0,000	Valid
18	Memberi perhatian pada pelanggan	0,000	Valid
19	Menghargai pelanggan dan tidak arogan	0,000	Valid
20	Memberikan kemudahan dalam akses pelayanan	0,000	Valid
21	Kerja sama karyawan dalam memberikan Informasi mengenai tagihan rekening listrik	0,000	Valid
22	Pelayanan pembayaran yang cepat	0,000	Valid
23	Menyelesaikan pekerjaan dengan tepat waktu	0,000	Valid
24	Memberikan pelayanan yang memuaskan sesuai dengan kebutuhan pelanggan	0,004	Valid
25	Memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan	0,000	Valid

**Sumber : Data yang telah diolah**

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa hasil analisis kesahihan butir pernyataan pada kepuasan pelanggan dikatakan valid karena setiap korelasi tidak melebihi batas maksimal yaitu 0.05. Artinya setiap butir pernyataan dalam kuisioner valid dan setiap pernyataan mempunyai hubungan korelasi positif dengan pernyataan lainnya.

## 4.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah untuk mengetahui handal atau tidaknya suatu alat ukur yang akan digunakan dalam suatu pengukuran dan dapat menunjukkan bahwa pengukuran tersebut dapat memberikan hasil yang relatif tidak sama apabila dilakukan pengukuran kembali terhadap subyek yang sama. Uji reliabilitas dilakukan terhadap 100 sampel. Data ini dikatakan handal apabila melewati alpha 0.6. Hasil pengukuran uji reliabilitas ini dilakukan menggunakan komputerisasi program SPSS dan dikelompokkan sebagai berikut :

**Tabel 4.2.1**  
**Reliabilitas**

Variabel	Alpha	Hasil
Harapan Pelanggan	0.876	Reliebel
Kinerja Pelayanan	0.895	Reliebel
Kepuasan Pelanggan	0.814	Reliebel

**Sumber : Data yang telah diolah**

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa setiap butir pernyataan dikatakan reliabel karena melewati alpha 0.6, artinya setiap butir pernyataan dalam kuisisioner adalah reliabel atau handal.

### 4.3. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif ini digunakan untuk memperoleh gambaran tentang karakteristik konsumen/ pelanggan yang akan diteliti berdasarkan lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu : *tangibles*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, *reliability*. Dalam setiap dimensi terdapat lima pernyataan dan ada tiga jenis kuisisioner yang diisi, yaitu : harapan, kenyataan, dan kepuasan., dengan menggunakan skala linkert 1- 5, dimana jawaban untuk harapan adalah : sangat penting = 5, penting = 4, cukup = 3, tidak penting = 2, sangat tidak penting = 1. untuk pelayanan yang dirasakan adalah : sangat baik = 5, baik = 4, cukup = 3, tidak baik = 2, sangat tidak baik = 1. serta kepuasan pelanggan adalah : sangat setuju = 5. Setuju = 4. Cukup setuju = 3. Tidak setuju = 2. Sangat tidak setuju = 1. Dalam kuisisioner terdapat 25 pernyataan yang harus diisi oleh responden, yang terdiri dari :

- No 1-5 : dimensi Nyata ( *tangibles* )
- No 6-10 : dimensi Tanggapan ( *responsiveness* )
- No 11-15 : dimensi Jaminan ( *assurance* )
- No 16-20 : dimensi empati ( *empathy* )
- No 21-25 : dimensi Keandalan ( *reliability* )

Metode analisis deskriptif ini di jabarkan dalam bentuk tabel sebagai berikut :

**A. Nyata ( *tangibles* )**

**Tabel 4.3.1**

**hasil penilaian kinerja pelayanan**

no	pernyataan	Nilai total	Rata-rata
1	Kebersihan ruangan	473	4,7
2	Kerapian penampilan karyawan	411	4,1
3	Tersedianya fasilitas , AC atau pendingin ruangan, TV ,dan koran di ruang tung	470	4,7
4	Tempat parkir yang luas dan aman	391	3,9
5	Memiliki fasilitas operasi yang lengkap dan mutakhir	408	4,0
Rata-rata total			4,2

Dari tabel hasil penilaian kinerja pelayanan pada dimensi nyata ( *tangibles* ) di atas, bahwa rata-rata jawaban dari setiap pernyataan yang dijawab oleh responden adalah 4,2 dan ini menunjukkan bahwa kinerja pelayanan pada dimensi nyata ( *tangibles* ) yang diberikan P.T. PLN ( Persero ) UPJ Bangsri sudah baik.

**Tabel 4.3.2**

**hasil penilaian kepuasan pelanggan**

no	pernyataan	Nilai total	Rata-rata
1	Kebersihan ruangan	359	3,6
2	Kerapian penampilan karyawan	342	3,4
3	Tersedianya fasilitas , AC atau pendingin ruangan, TV ,dan koran di ruang tung	327	3,3
4	Tempat parkir yang luas dan aman	350	3,5
5	Memiliki fasilitas operasi yang lengkap dan mutakhir	353	3,5
Rata-rata total			3,5

Dari tabel hasil penilaian kepuasan pelanggan diatas pada dimensi nyata ( *tangibles* ), yang mempunyai rata-rata jawaban 3,5 menunjukkan bahwa pelanggan sudah cukup puas dengan pelayanan yang diberikan oleh P.T. PLN ( Persero ) UPJ Bangsri.

**B. Tanggapan ( *responsiveness* )**

**Tabel 4.3.3**  
**hasil penilaian kinerja pelayanan**

no	Pernyataan	Nilai total	Rata-rata
6	Kemampuan karyawan dalam menanggapi kebutuhan pelanggan	408	4,0
7	Karyawan mampu memberikan informasi yang lengkap pada pelanggan	410	4,1
8	Kemampuan karyawan dalam menanggapi keluhan pelanggan	384	3,8
9	Karyawan seharusnya cekatan dalam memberikan pelayanan	410	4,1
10	Karyawan memberikan tanggapan yang baik terhadap keluhan pelanggan	369	3,7
Rata-rata total			3,9

Dari tabel penilaian kinerja pelayanan pada dimensi tanggapan ( *responsiveness* ) di atas, bahwa rata-rata jawaban dari setiap pernyataan yang dijawab oleh responden adalah 3,9 dan ini menunjukkan bahwa kinerja pelayanan yang diberikan P.T. PLN ( Persero ) UPJ Bangsri sudah cukup baik.

**Table 4.3.4**  
**hasil penilaian kepuasan pelanggan**

no	pernyataan	Nilai total	Rata-rata
6	Kemampuan karyawan dalam menanggapi kebutuhan pelanggan	379	3,8
7	Karyawan mampu memberikan informasi yang lengkap pada pelanggan	365	3,7
8	Kemampuan karyawan dalam menanggapi keluhan pelanggan	362	3,6
9	Karyawan seharusnya cekatan dalam memberikan pelayanan	348	3,5
10	Karyawan memberikan tanggapan yang baik terhadap keluhan pelanggan	359	3,6
Rata-rata total			3,6

Dari tabel hasil penilaian kepuasan pelanggan diatas pada dimensi tanggapan ( *responsiveness* ), yang mempunyai rata-rata jawaban 3,6 menunjukkan bahwa pelanggan sudah cukup puas dengan pelayanan yang diberikan oleh P.T. PLN ( Persero ) UPJ Bangsri.

**C. Jaminan ( assurance )**

**Tabel 4.3.5**  
**hasil penilaian kinerja pelayanan**

No	pernyataan	Nilai total	Rata-rata
11	Pengetahuan dan kecakapan karyawan dalam setiap bidangnya	374	3,7
12	Karyawan memberikan pelayanan yang ramah dan sopan	385	3,9
13	Karyawan mampu berkomunikasi yang efektif dengan pelanggan	390	3,9
14	Memberikan jaminan apabila terjadi kesalahan pada pekerjaan karyawan	381	3,8

15	Karyawan mempunyai sifat jujur dan dapat dipercaya	389	3,9
Rata-rata total			3,8

Dari tabel penilaian kinerja pelayanan pada dimensi jaminan ( *assurance* ) di atas, bahwa rata-rata jawaban dari setiap pernyataan yang dijawab oleh responden adalah 3,8 dan ini menunjukkan bahwa kinerja pelayanan yang diberikan P.T. PLN ( Persero ) UPJ Bangsri sudah cukup baik.

**Tabel 4.3.6**  
hasil penilaian kepuasan pelanggan

No	pernyataan	Nilai total	Rata-rata
11	Pengetahuan dan kecakapan karyawan dalam setiap bidangnya	384	3,8
12	Karyawan memberikan pelayanan yang ramah dan sopan	336	3,4
13	Karyawan mampu berkomunikasi yang efektif dengan pelanggan	371	3,7
14	Memberikan jaminan apabila terjadi kesalahan pada pekerjaan karyawan	345	3,5
15	Karyawan mempunyai sifat jujur dan dapat dipercaya	350	3,5
Rata-rata total			3,5

Dari tabel hasil penilaian kepuasan pelanggan diatas pada dimensi jaminan ( *assurance* ), yang mempunyai rata-rata jawaban 3,5 menunjukkan bahwa pelanggan sudah cukup puas dengan pelayanan yang diberikan oleh P.T. PLN ( Persero ) UPJ Bangsri.

#### D. Empati ( *empathy* )

Tabel 4.3.7

#### hasil penilaian kinerja pelayanan

no	pernyataan	Nilai total	Rata-rata
16	Bertanggung jawab terhadap keamanan pelanggan	375	3,8
17	Karyawan memberikan kesan yang baik kepada pelanggan	470	4,7
18	Memberi perhatian pada pelanggan	375	3,8
19	Menghargai pelanggan dan tidak arogan	385	3,9
20	Memberikan kemudahan dalam akses pelayanan	382	3,8
Rata-rata total			4,0

Dari tabel hasil penilaian kinerja pelayanan pada dimensi empati ( *empathy* ) di atas, bahwa rata-rata jawaban dari setiap pernyataan yang dijawab responden adalah 4,0 dan ini menunjukkan bahwa kinerja pelayanan yang diberikan P.T. PLN ( Persero ) UPJ Bangsri sudah baik.

Tabel 4.3.8

#### hasil penilaian kepuasan pelanggan

no	pernyataan	Nilai total	Rata-rata
16	Bertanggung jawab terhadap keamanan pelanggan	353	3,5
17	Karyawan memberikan kesan yang baik kepada pelanggan	346	3,5
18	Memberi perhatian pada pelanggan	364	3,6
19	Menghargai pelanggan dan tidak arogan	365	3,7
20	Memberikan kemudahan dalam akses pelayanan	359	3,6
Rata-rata total			3,5

Dari tabel hasil penilaian kepuasan pelanggan diatas pada dimensi empati ( *empathy* ), yang mempunyai rata-rata jawaban 3,5 menunjukkan bahwa pelanggan sudah cukup puas dengan pelayanan yang diberikan oleh P.T. PLN ( Persero ) UPJ Bangsri.

**E. Keandalan ( *reliability* )**

**Tabel 4.3.9**  
hasil penilaian kinerja pelayanan

No	pernyataan	Nilai total	Rata-rata
21	Kerja sama karyawan dalam memberikan Informasi mengenai tagihan rekening listrik	380	3,8
22	Pelayanan pembayaran yang cepat	383	3,8
23	Menyelesaikan pekerjaan dengan tepat waktu	390	3,9
24	Memberikan pelayanan yang memuaskan sesuai dengan kebutuhan pelanggan	410	4,1
25	Memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan	382	3,8
Rata-rata total			3,8

Dari table hasil penilaian kinerja pelayanan pada dimensi keandalan ( *reliability* ) di atas, bahwa rata-rata jawaban dari setiap pernyataan yang dijawab oleh responden adalah 3,8 dan ini menunjukkan bahwa kinerja pelayanan yang diberikan P.T. PLN ( Persero ) UPJ Bangsri sudah cukup baik.

**Tabel 4.3.10**  
**hasil penilaian kepuasan pelanggan**

No	pernyataan	Nilai total	Rata-rata
21	Kerjasama karyawan dalam memberikan Informasi mengenai tagihan rekening listrik	384	3,8
22	Pelayanan pembayaran yang cepat	336	3,4
23	Menyelesaikan pekerjaan dengan tepat waktu	372	3,7
24	Memberikan pelayanan yang memuaskan sesuai dengan kebutuhan pelanggan	358	3,6
25	Memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan	342	3,4
Rata-rata total			3,5

Dari tabel hasil penilaian kepuasan pelanggan diatas pada dimensi kehandalan (*reliability*), yang mempunyai rata-rata jawaban 3,5 menunjukkan bahwa pelanggan sudah cukup puas dengan pelayanan yang diberikan oleh P.T. PLN ( Persero ) UPJ Bangsri.

Selanjutnya untuk mengetahui kualitas dari kualitas pelayanan apakah sudah sesuai dengan harapan pelanggan atau belum, dapat diketahui dengan mencari gap antara rata-rata jawaban kuisisioner kinerja karyawan dengan harapan pelanggan seperti tabel di bawah ini .

Tabel 4.3.11

gap nilai rata-rata antara harapan dengan kinerja

N0	pernyataan	Kinerja	harapan	gap
1	Kebersihan ruangan	4,7	3,8	0,9
2	Kerapian penampilan karyawan	4,1	3,0	1,1
3	Tersedianya fasilitas , AC atau pendingin ruangan, TV ,dan koran di ruang tung	4,7	4,0	0,7
4	Tempat parkir yang luas dan aman	3,9	3,7	0,2
5	Memiliki fasilitas operasi yang lengkap dan mutakhir	4,0	3,6	0,4
6	Kemampuan karyawan dalam menanggapi kebutuhan pelanggan	4,0	3,5	0,5
7	Karyawan mampu memberikan informasi yang lengkap pada pelanggan	4,1	3,2	0,9
8	Kemampuan karyawan dalam menanggapi keluhan pelanggan	3,8	3,1	0,7
9	Karyawan seharusnya cekatan dalam memberikan pelayanan	4,1	3,2	0,9
10	Karyawan memberikan tanggapan yang baik terhadap keluhan pelanggan	3,7	3,7	0,0
11	Pengetahuan dan kecakapan karyawan dalam setiap bidangnya	3,7	3,7	0,0
12	Karyawan memberikan pelayanan yang ramah dan sopan	3,9	3,8	0,1
13	Karyawan mampu berkomunikasi yang efektif dengan pelanggan	3,9	3,4	0,5
14	Memberikan jaminan apabila terjadi kesalahan pada pekerjaan karyawan	3,8	3,7	0,1
15	Karyawan mempunyai sifat jujur dan dapat dipercaya	3,9	3,3	0,6
16	Bertanggung jawab terhadap keamanan pelanggan	3,8	3,0	0,8
17	Karyawan memberikan kesan yang baik kepada pelanggan	4,7	4,0	0,7
18	Memberi perhatian pada pelanggan	3,8	3,7	0,1

19	Menghargai pelanggan dan tidak arogan	3,9	3,6	0,3
20	Memberikan kemudahan dalam akses pelayanan	3,8	3,5	0,3
21	Kerjasama karyawan dalam memberikan Informasi mengenai tagihan rekening listrik	3,8	3,7	0,1
22	Pelayanan pembayaran yang cepat	3,8	3,6	0,2
23	Menyelesaikan pekerjaan dengan tepat waktu	3,9	3,5	0,4
24	Memberikan pelayanan yang memuaskan sesuai dengan kebutuhan pelanggan	4,1	3,2	0,9
25	Memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan	3,8	3,0	0,8

Dari tabel gap antara kinerja karyawan dengan harapan pelanggan P.T. PLN ( Persero ) UPJ Bangsri diatas dapat dilihat bahwa terdapat gap yang cukup tinggi. Kinerja karyawan P.T. PLN ( Persero ) UPJ Bangsri sudah sesuai dengan harapan para pelanggan P.T. PLN ( Persero ) UPJ Bangsri, semua pernyataan yang ada dalam kuisisioner dijawab dengan baik oleh para pelanggan, jawaban dari pernyataan kinerja lebih besar dari jawaban pernyataan harapan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja P.T. PLN ( Persero ) UPJ Bangsri sudah sesuai dengan harapan para pelanggan bahkan rata-rata melebihi harapan para pelanggan, hanya pada pernyataan *karyawan memberikan tanggapan yang baik terhadap keluhan pelanggan dan pengetahuan dan kecakapan karyawan dalam setiap bidangnya yang tidak terdapat gap.*

Jadi, dapat disimpulkan bahwa kinerja karyawan P.T. PLN ( Persero ) UPJ Bangsri sudah sesuai dengan harapan para pelanggan atau kualitas pelayanan yang diberikan P.T. PLN ( Persero ) UPJ Bangsri kepada para pelanggan sudah sangat berkualitas atau sudah sesuai dengan harapan pelanggan.

#### **4.4. Analisis Statistik**

Analisis statistik merupakan analisis yang mengacu pada perhitungan dan penilaian yang berupa angka-angka yang dianalisis dengan bantuan komputer. Metode yang dipakai adalah regresi linier berganda.

##### **4.4.1. Regresi Linier Berganda**

Regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui apakah dimensi kualitas pelayanan (*reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangibles*) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Regresi ini didasarkan pada data yang diperoleh dari kuisisioner yang telah diberi skor.

Kemudian dengan menggunakan teknik komputerisasi program SPSS data tersebut dianalisis dan hasil perhitungan komputerisasi analisis regresi sederhana terdapat pada lampiran dan dikelompokkan dengan tabel seperti dibawah ini :

**Tabel 4.4.1. Tabel Hasil Regresi Linier Berganda**

variabel	signifikasi	koefisien	t
constan	0,000	3,411	6,646
Nyata( tangible )	0,209	-0,175	-1,265
Tanggapan (responsiveness )	0,173	0,201	1,373
Jaminan (assurance )	0,262	0,191	1,129
Empati (empathy )	0,624	-0,086	-0,493
kehandalan ( reliability)	0,963	0,009	0,046

Dari tabel 4.4.1. diatas dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 3,411 + (-0,175 ) X_1 + 0,201 X_2 + 0,191 X_3 + (-0,086) X_4 + 0,009 X_5$$

Dari persamaan diatas regresi linier berganda diatas dapat diuraikan melalui masing-masing dimensi kualitas jasa sebagai berikut :

1. constant ( a )

Makna constant sebesar 3,411 artinya Y memiliki nilai positif sebesar 3,411 yang artinya cukup puas. Dengan mengabaikan variabel kualitas pelayanan ( *tangibles, responsiveness, assurance, empathy, reliability* ) maka kepuasan pelanggan

terhadap kinerja karyawan P.T. PLN ( Persero ) UPJ Bangsri adalah positif sebesar 3,411 yang berarti cukup puas.

## 2. Nyata ( *tangibles* ) ( b1 )

Dengan koefisien sebesar -0,175 berarti menunjukkan bahwa dimensi nyata ( *tangibles* ) mempunyai hubungan yang negatif dengan kepuasan pelanggan, ini berarti apabila penilaian pelanggan meningkat 1 satuan maka dimensi nyata ( *tangibles* ) mengalami penurunan sebesar -0,175, dengan asumsi variabel tanggapan, jaminan, empati, kehandalan dalam kondisi konstan. Dengan adanya pengaruh yang negative ini, berarti dimensi nyata ( *tangibles* ) dan kepuasan pelanggan menunjukkan hubungan yang tidak searah dan membuktikan hipotesis bahwa ada pengaruh positif dari dimensi nyata ( *tangibles* ) terhadap kepuasan pelanggan adalah salah.

## 3. Tanggapan ( *responsiveness* ) ( b2 )

Dengan koefisien sebesar 0,201 berarti dimensi tanggapan ( *responsiveness* ) mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan, ini berarti apabila penilaian pelanggan terhadap dimensi tanggapan( *responsiveness* ) meningkat lebih baik sebesar 1 satuan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,201 satuan dengan asumsi variabel kualitas pelayanan lainnya konstan. Dengan adanya pengaruh yang positif ini, berarti antara variabel tanggapan ( *responsiveness* ) dengan kepuasan pelanggan menunjukkan hubungan yang searah. Hal ini membuktikan

hipotesis bahwa ada pengaruh positif dari dimensi tanggapan ( *responsiveness* ) terhadap kepuasan pelanggan adalah benar.

#### 4. Jaminan ( *assurance* ) ( b3 )

Dengan koefisien sebesar 0,191 berarti dimensi jaminan ( *assurance* ) mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan, ini berarti apabila penilaian pelanggan terhadap dimensi jaminan ( *assurance* ) meningkat lebih baik sebesar 1 satuan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,191 satuan dengan asumsi variabel kualitas pelayanan lainnya konstan. Dengan adanya pengaruh yang positif ini, berarti antara variabel jaminan ( *assurance* ) dengan kepuasan pelanggan menunjukkan hubungan yang searah. Hal ini membuktikan hipotesis bahwa ada pengaruh positif dari dimensi jaminan ( *assurance* ) terhadap kepuasan pelanggan adalah benar.

#### 5. Empati ( *empathy* ) ( b4 )

Dengan koefisien sebesar -0,086 berarti menunjukkan bahwa dimensi empati ( *empathy* ) mempunyai hubungan yang negatif dengan kepuasan pelanggan, ini berarti apabila penilaian pelanggan meningkat 1 satuan maka dimensi empati ( *empathy* ) mengalami penurunan sebesar -0,086, dengan asumsi variabel kualitas pelayanan lainnya dalam kondisi konstan. Dengan adanya pengaruh yang negatif ini, berarti dimensi empati ( *empathy* ) dan kepuasan pelanggan menunjukkan hubungan yang

tidak searah dan membuktikan hipotesis bahwa ada pengaruh positif dari dimensi empati ( *empathy* ) terhadap kepuasan pelanggan adalah salah.

#### 6. Kehandalan ( *tangibles* ) ( b5 )

Dengan koefisien sebesar 0,009 berarti dimensi kehandalan ( *tangibles* ) mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan, ini berarti apabila penilaian pelanggan terhadap dimensi kehandalan ( *tangibles* ) meningkat lebih baik sebesar 1 satuan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,009 satuan dengan asumsi variabel kualitas pelayanan lainnya konstan. Dengan adanya pengaruh yang positif ini, berarti antara variabel kehandalan ( *tangibles* ) dengan kepuasan pelanggan menunjukkan hubungan yang searah. Hal ini membuktikan hipotesis bahwa ada pengaruh positif dari dimensi tanggapan terhadap kepuasan pelanggan adalah benar.

#### 4.4.1.1. Uji F

Untuk mengetahui pengaruh yang signifikan atau tidak dari variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama maka dilakukan uji F. Dari tabel ANOVA dalam lampiran diperoleh nilai F hitung sebesar 1,079 dengan derajat kebebasan pembilang ( *df1* ) : 5 dan derajat kebebasan penyebut ( *df2* ) : 94 dengan signifikansi sebesar 0,377, hal ini untuk menguji hipotesis yang diangkat dengan menggunakan uji F untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan atau tidak antara variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel

dependen dalam hubungannya untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan P.T. PLN ( Persero ) UPJ Bangsri.

Pengujian hipotesis dengan membandingkan antara F tabel dengan F hitung, dengan derajat kebebasan pembilang ( df1 ) : 5 dan derajat kebebasan penyebut ( df2 ) : 94, didapat F tabel sebesar : 2,30 untuk taraf sinifikasi 5 % adalah F hitung < F tabel atau  $1,079 < 2,30$  , sehingga Ho diterima..

Dengan demikian hasil uji F ini dapat disimpulkan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen atau dengan kata lain bahwa terdapat pengaruh dimensi kualitas pelayanan / jasa terhadap kepuasan pelanggan P.T. PLN ( Persero ) UPJ Bangsri.

#### 4.4.1.2 Uji t

Untuk mengetahui apakah dimensi kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan maka digunakan uji t, dengan menggunakan signifikasi sebesar 0,05 dan sampel sebesar 100 maka didapat t tabel sebesar 1,98 dan bisa dijelaskan tiap-tiap variabel sebagai berikut :

##### 1. constan

Dengan nilai t hitung sebesar 6,646 atau lebih besar dari t tabel sebesar 1,98 atau signifikasi  $6,646 \geq 1,98$  maka Ho ditolak, artinya bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari dimensi kualitas pelayanan / jasa ( *tangibles, responsiveness, assurance, empathy, realibility* ) terhadap kepuasan pelanggan P.T. PLN ( Persero ) UPJ Bangsri.

6. Kehanc  
Dengan t  
signifikas  
yang sign  
P.T. PLN

## 2. Nyata ( *tangible* )

Dengan t hitung sebesar -1,265 atau lebih kecil dari t tabel sebesar 1,98 atau signifikansi  $-1,265 < 1,98$  maka  $H_0$  diterima, artinya bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari dimensi nyata ( *tangibles* ) terhadap kepuasan pelanggan P.T. PLN ( Persero ) UPJ Bangsri.

## 3. Tanggapan ( *responsiveness* )

Dengan t hitung sebesar 1,373 atau lebih kecil dari t tabel sebesar 1,98 atau signifikansi  $1,373 < 1,98$  maka  $H_0$  diterima, artinya bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari dimensi tanggapan ( *responsiveness* ) terhadap kepuasan pelanggan P.T. PLN ( Persero ) UPJ Bangsri.

## 4. Jaminan ( *assurance* )

Dengan t hitung sebesar 1,129 atau lebih kecil dari t tabel sebesar 1,98 atau signifikansi  $1,129 < 1,98$  maka  $H_0$  diterima, artinya bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari dimensi Jaminan ( *assurance* ) terhadap kepuasan pelanggan P.T. PLN ( Persero ) UPJ Bangsri.

## 5. Empati ( *empathy* )

Dengan t hitung sebesar -0,493 atau lebih kecil dari t tabel sebesar 1,98 atau signifikansi  $-0,493 < 1,98$  maka  $H_0$  diterima, artinya bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari dimensi empati ( *empathy* ) terhadap kepuasan pelanggan P.T. PLN ( Persero ) UPJ Bangsri.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Setelah dilakukan penelitian mengenai analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan P.T. PLN ( Persero ) UPJ Bangsri. dan setelah melihat hasil analisis data yang dilakukan terhadap responden yang berjumlah 100 orang maka dapat dikemukakan beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari penelitian yang dilakukan terhadap para pelanggan P.T. PLN ( Persero ) UPJ Bangsri, diketahui bahwa kinerja atau pelayanan yang diberikan oleh P.T. PLN ( Persero ) UPJ Bangsri kepada para pelanggan sudah baik, ini terbukti dengan adanya gap positif antara kinerja karyawan dengan harapan para pelanggan. Hampir semua jawaban responden pada kinerja karyawan melebihi rata - rata jawaban dari harapan pelanggan., hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan P.T. PLN ( Persero ) UPJ Bangsri sudah berkualitas atau kualitas pelayanan P.T. PLN ( Persero ) UPJ Bangsri sudah sesuai dengan harapan pelanggan.
2. Dari penelitian yang dilakukan dengan menggunakan regresi linier berganda, maka dapat disimpulkan bahwa dimensi kualitas jasa ( *tangibles*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *reliability* ) secara keseluruhan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan menggunakan uji F dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang

signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan P.T. PLN ( Persero ) UPJ Bangsri.

3. Pada dimensi nyata ( *tangibles* ) disimpulkan bahwa pada dimensi nyata ( *tangibles* ) tidak terdapat pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan dengan menggunakan uji t disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara dimensi nyata ( *tangibles* ) terhadap kepuasan pelanggan
4. Pada dimensi tanggapan ( *responsiveness* ) disimpulkan bahwa pada dimensi tanggapan ( *responsiveness* ) terdapat hubungan positif terhadap kepuasan pelanggan. Dengan menggunakan uji t disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara dimensi tanggapan ( *responsiveness* ) terhadap kepuasan pelanggan.
5. Pada dimensi jaminan ( *assurance* ) disimpulkan bahwa pada dimensi jaminan ( *assurance* ) terdapat hubungan yang positif terhadap kepuasan pelanggan. Dengan menggunakan uji t disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara dimensi jaminan ( *assurance* ) terhadap kepuasan pelanggan.
6. Pada dimensi empati ( *empathy* ) disimpulkan bahwa pada dimensi empati ( *empathy* ) tidak terdapat hubungan yang positif terhadap kepuasan pelanggan. Dengan menggunakan uji t disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara dimensi empati ( *empathy* ) terhadap kepuasan pelanggan.
7. Pada dimensi kehandalan ( *reliability* ) disimpulkan bahwa pada dimensi kehandalan ( *reliability* ) terdapat hubungan yang positif dengan kepuasan

pelanggan,. Dengan menggunakan uji t disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara dimensi kehandalan ( *reliability* ) terhadap kepuasan pelanggan.

Dari kesimpulan diatas dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan P.T. PLN ( Persero ) UPJ Bangsri sudah sesuai dengan harapan pelanggan dan dimensi kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang signifikan secara bersama-sama tetapi tidak apabila dihitung secara per variabel kualitas pelayanan, variabel yang mempunyai hubungan yang positif terhadap kepuasan pelanggan adalah dimensi jaminan, tanggapan, dan kehandalan, sedangkan dimensi nyata dan empati mempunyai hubungan yang negatif.

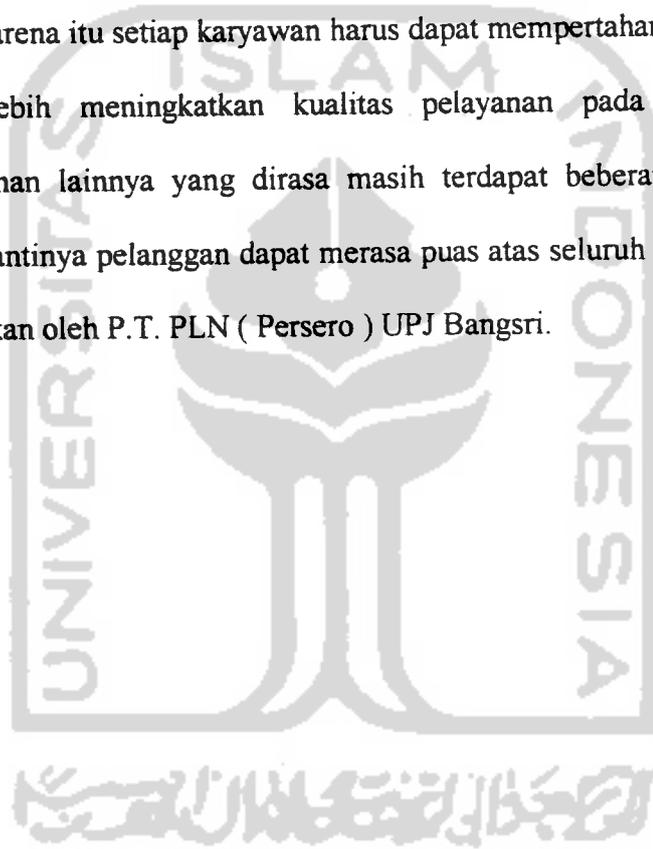
## 5.2 Saran

Dari penelitian yang dilakukan pada para pelanggan P.T. PLN ( Persero ) UPJ Bangsri dapat dikemukakan beberapa saran sebagai berikut :

1. Pelayanan yang diberikan P.T. PLN ( Persero ) UPJ Bangsri sejauh ini sudah cukup baik ( berkualitas ). Dan diharapkan mampu mempertahankan kualitas yang sudah cukup baik ini, tetapi akan lebih baik lagi apabila kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan ditingkatkan lagi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Terutama pada dimensi kualitas pelayanan yang berhadapan langsung dengan para pelanggan atau yang dirasakan secara langsung oleh pelanggan, untuk lebih ditingkatkan lagi karena ini akan mempengaruhi pelanggan pada

saat menggunakan atau merasakan jasa pelayanan P.T. PLN ( Persero )  
UPJ Bangsri.

2. Pelanggan secara keseluruhan sudah merasa puas dengan semua fasilitas dan pelayanan yang diberikan oleh P.T. PLN ( Persero ) UPJ Bangsri oleh karena itu setiap karyawan harus dapat mempertahankan kondisi ini dan lebih meningkatkan kualitas pelayanan pada bidang-bidang pelayanan lainnya yang dirasa masih terdapat beberapa kekurangan, agar nantinya pelanggan dapat merasa puas atas seluruh pelayanan yang diberikan oleh P.T. PLN ( Persero ) UPJ Bangsri.



## Daftar Pustaka

- Kotler, Philip (terj) (1997). *Manajemen Pemasaran 9 e Jilid 1*. New Jersey: Prentice-Hall, inc
- Tjiptono, Fandy (1997). *Total Quality Service (TQS)*. Edisi 1. Andi Offset. Yogyakarta.
- Setiadi, Budi (2003). *Analisis pengaruh Kualitas Pelayanan KA Senja Utama Solo Terhadap Kepuasan Konsumen Di Stasiun Balapan, Surakarta, Yogyakarta*.
- Isnawati, Nur (2004). *Analisis kepuasan konsumen terhadap pelayanan RSUD Ambarawa*. Skripsi Sarjana (Tidak dipublikasikan). Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UII.
- Fajrin, Aulia (2005). *Pengaruh Kualitas jasa PT. Kereta Api Indonesia Terhadap Kepuasan Penumpang Kereta Api Eksekutif Taksaka Jurusan Yogyakarta-Jakarta*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UII.
- Endah Arum. A Retno (2003). *Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan P.T TELKOM Cabang Klaten*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UII
- Stanton, William J (1933). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga, Jakarta.
- Handoko, T. Hani (1991). *Manajemen Produksi : Teori dan Praktek 1*, Yogyakarta.

# DAFTAR LAMPIRAN

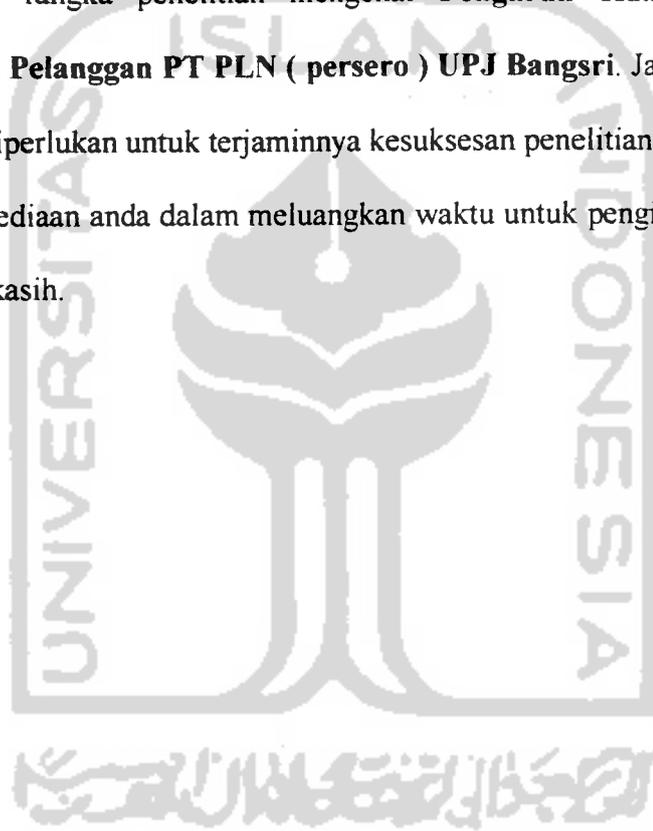


## KUISIONER

Dengan Hormat,

Perkenankan saya memohon kesediaan waktu bapak/ibu, saudara/saudari untuk mengisi kuisisioner ini dalam rangka penelitian mengenai **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT PLN ( persero ) UPJ Bangsri**. Jawaban yang jujur dan obyektif sangat diperlukan untuk terjaminnya kesuksesan penelitian ini.

Atas bantuan dan kesediaan anda dalam meluangkan waktu untuk pengisian kuisisioner ini saya ucapkan terima kasih.



Hormat saya

Daftar Pernyataan untuk Pelanggan PT PLN ( persero ) UPJ Bangsri

Petunjuk :

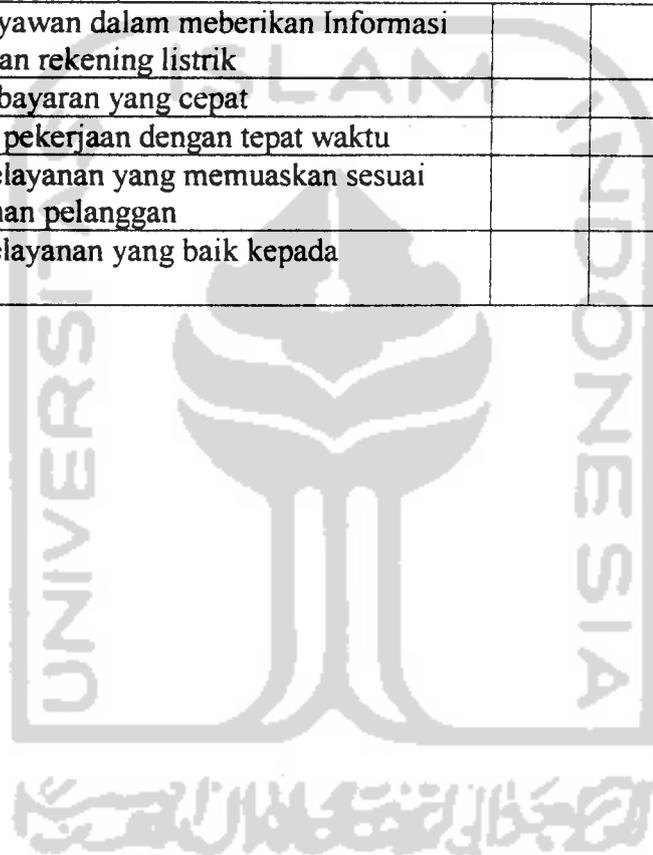
Berilah tanda (X) pada angka yang tersedia sesuai dengan jawaban anda

**A. Jasa atau pelayanan yang diharapkan oleh pelanggan PT PLN ( persero ) UPJ Bangsri**

Keterangan : SP = Sangat Penting  
 P = Penting  
 C = Cukup  
 TP = Tidak Penting  
 STP = Sangat Tidak Penting

No	Apa yang anda <b>harapkan</b> sebelum atau saat menggunakan jasa layanan PT PLN cabang Bangsri Jepara.	SP	P	C	TP	STP
<b>A</b>	<b>Tangible ( berwujud )</b>					
1	Kebersihan ruangan					
2	Kerapian penampilan karyawan					
3	Tersedianya fasilitas , AC atau pendingin ruangan, TV ,dan koran di ruang tunggu					
4	Tempat parkir yang luas dan aman					
5	Memiliki fasilitas operasi yang lengkap dan mutakhir					
<b>B</b>	<b>Responsiveness ( tanggapan )</b>					
1	Kemampuan karyawan dalam menanggapi kebutuhan pelanggan					
2	Karyawan mampu memberikan informasi yang lengkap pada pelanggan					
3	Kemampuan karyawan dalam menanggapi keluhan pelanggan					
4	Karyawan seharusnya cekatan dalam memberikan pelayanan					
5	Karyawan memberikan tanggapan yang baik terhadap keluhan pelanggan					
<b>C</b>	<b>Assurance ( Keyakinan )</b>					
1	Pengetahuan dan kecakapan karyawan dalam setiap bidangnya					
2	Karyawan memberikan pelayanan yang ramah dan sopan					
3	Karyawan mampu berkomunikasi yang efektif dengan pelanggan					
4	Memberikan jaminan apabila terjadi kesalahan pada pekerjaan karyawan					

5	Karyawan mempunyai sifat jujur dan dapat dipercaya					
<b>D Empaty ( empathy )</b>						
1	Bertanggung jawab terhadap keamanan pelanggan					
2	Karyawan memberikan kesan yang baik kepada pelanggan					
3	Memberi perhatian yang adil pada pelanggan					
4	Menghargai pelanggan dan tidak arogan					
5	Memberikan kemudahan dalam akses pelayanan.					
<b>E Reliability ( keandalan)</b>						
1	Kerja sama karyawan dalam memberikan Informasi mengenai tagihan rekening listrik					
2	Pelayanan pembayaran yang cepat					
3	Menyelesaikan pekerjaan dengan tepat waktu					
4	Memberikan pelayanan yang memuaskan sesuai dengan kebutuhan pelanggan					
5	Memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan.					



**B. Jasa atau pelayanan yang diterima atau dirasakan oleh pelanggan PT PLN (persero) UPJ Bangsri**

Keterangan : SB = Sangat Baik  
 B = Baik  
 C = Cukup  
 TB = Tidak Baik  
 STB = Sangat Tidak Baik

No	Apa yang anda rasakan setelah atau saat menggunakan jasa layanan PT PLN cabang Bangsri Jepara.	SB	B	C	TB	STB
<b>A</b>	<b>Tangible ( berwujud )</b>					
1	Kebersihan ruangan					
2	Kerapian penampilan karyawan					
3	Tersedianya fasilitas , AC atau pendingin ruangan, TV ,dan koran di ruang tunggu					
4	Tempat parkir yang luas dan aman					
5	Memiliki fasilitas operasi yang lengkap dan mutakhir					
<b>B</b>	<b>Responsiveness ( tanggapan )</b>					
1	Kemampuan karyawan dalam menanggapi kebutuhan pelanggan					
2	Karyawan mampu memberikan informasi yang lengkap pada pelanggan					
3	Kemampuan karyawan dalam menanggapi keluhan pelanggan					
4	Karyawan seharusnya cekatan dalam memberikan pelayanan					
5	Karyawan memberikan tanggapan yang baik terhadap keluhan pelanggan					
<b>C</b>	<b>Assurance ( Keyakinan )</b>					
1	Pengetahuan dan kecakapan karyawan dalam setiap bidangnya					
2	Karyawan memberikan pelayanan yang ramah dan sopan					
3	Karyawan mampu berkomunikasi yang efektif dengan pelanggan					
4	Memberikan jaminan apabila terjadi kesalahan pada pekerjaan karyawan					
5	Karyawan mempunyai sifat jujur dan dapat dipercaya					

<b>D</b>	<b>Empaty ( empathy )</b>					
1	Bertanggung jawab terhadap keamanan pelanggan					
2	Karyawan memberikan kesan yang baik kepada pelanggan					
3	Memberi perhatian yang adil pada pelanggan					
4	Menghargai pelanggan dan tidak arogan					
5	Memberikan kemudahan dalam akses pelayanan					
<b>E</b>	<b>Reliability ( keandalan)</b>					
1	Kerjasama karyawan dalam memberikan Informasi mengenai tagihan rekening listrik					
2	Pelayanan pembayaran yang cepat					
3	Menyelesaikan pekerjaan dengan tepat waktu					
4	Memberikan pelayanan yang memuaskan sesuai dengan kebutuhan pelanggan					
5	Memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan					



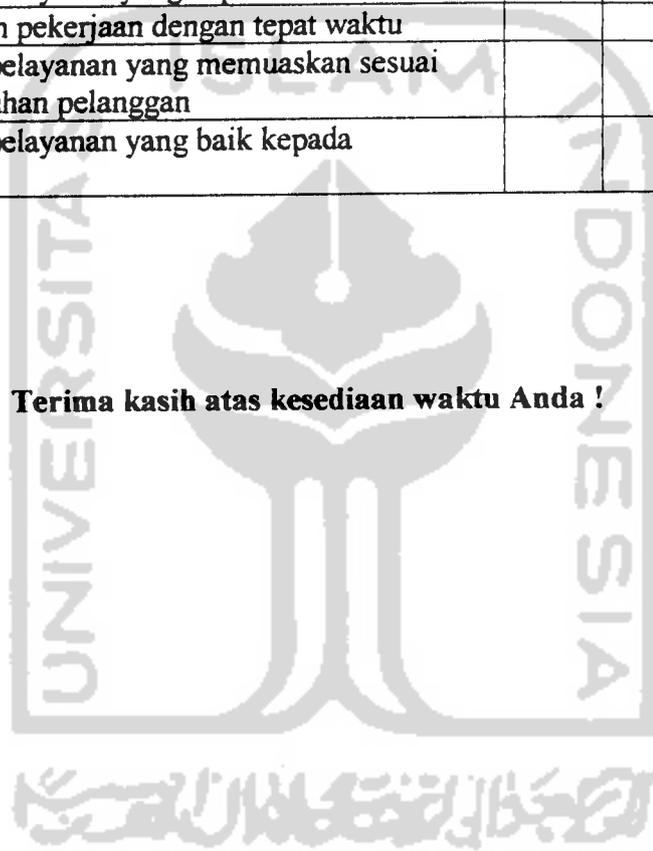
### C. Kepuasan pelanggan terhadap PT PLN ( persero ) UPJ Bangsri

Keterangan : SS = Sangat Puas  
 S = Puas  
 C = Cukup Puas  
 TS = Tidak Puas  
 STS = Sangat Tidak Puas

No	Bagaimana tingkat <b>kepuasan</b> anda terhadap jasa layanan yang telah diberikan PT PLN cabang Bangsri Jepara.	SP	P	C	TP	STP
<b>A</b>	<b>Tangible ( berwujud )</b>					
1	Kebersihan ruangan					
2	Kerapian penampilan karyawan					
3	Tersedianya fasilitas , AC atau pendingin ruangan, TV ,dan koran di ruang tunggu					
4	Tempat parkir yang luas dan aman					
5	Memiliki fasilitas operasi yang lengkap dan mutakhir					
<b>B</b>	<b>Responsiveness ( tanggapan )</b>					
1	Kemampuan karyawan dalam menanggapi kebutuhan pelanggan					
2	Karyawan mampu memberikan informasi yang lengkap pada pelanggan					
3	Kemampuan karyawan dalam menanggapi keluhan pelanggan					
4	Karyawan seharusnya cekatan dalam memberikan pelayanan					
5	Karyawan memberikan tanggapan yang baik terhadap keluhan pelanggan					
<b>C</b>	<b>Assurance ( Keyakinan )</b>					
1	Pengetahuan dan kecakapan karyawan dalam setiap bidangnya					
2	Karyawan memberikan pelayanan yang ramah dan sopan					
3	Karyawan mampu berkomunikasi yang efektif dengan pelanggan					
4	Memberikan jaminan apabila terjadi kesalahan pada pekerjaan karyawan					
5	Karyawan mempunyai sifat jujur dan dapat dipercaya					

<b>D Empaty ( empathy )</b>						
1	Bertanggung jawab terhadap keamanan pelanggan					
2	Karyawan memberikan kesan yang baik kepada pelanggan					
3	Memberi perhatian yang adil pada pelanggan					
4	Menghargai pelanggan dan tidak arogan					
5	Memberikan kemudahan dalam akses pelayanan					
<b>E Reliability ( keandalan)</b>						
1	Kerjasama karyawan dalam memberikan Informasi mengenai tagihan rekening listrik					
2	Pelayanan pembayaran yang cepat					
3	Menyelesaikan pekerjaan dengan tepat waktu					
4	Memberikan pelayanan yang memuaskan sesuai dengan kebutuhan pelanggan					
5	Memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan					

Terima kasih atas kesediaan waktu Anda !



Tabel rata-rata jawaban kuisioner harapan para pelanggan

no	H 1	H 2	H 3	H 4	H 5	H 6	H 7	H 8	H 9	H 10	H 11	H 12	H 13	H 14	H 15	H 16	H 17	H 18	H 19	H 20	H 21	H 22	H 23	H 24	H 25	Rata-rata	Total	
1	5	4	4	4	2	4	4	3	2	2	4	4	4	2	2	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	3.44	86
2	4	4	4	4	4	3	4	3	5	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3.8	95
3	4	2	4	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	2	2	4	4	2	2	2	3	2	2	2	2	2.68	67
4	4	2	4	3	4	3	3	3	5	4	4	3	3	4	2	2	4	4	3	4	3	3	4	3	3	2	3.28	82
5	4	4	4	5	4	4	3	3	4	2	3	5	4	2	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	3.84	96
6	3	3	4	3	3	4	2	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	2	3	3.2	80
7	5	4	4	4	5	5	3	4	3	5	5	3	4	5	2	4	4	4	3	5	5	3	5	5	3	4	4.04	101
8	4	2	5	5	4	3	3	3	4	5	5	5	4	5	4	2	5	5	4	4	3	5	4	3	3	2	3.88	97
9	2	2	4	4	4	4	3	2	3	3	3	4	4	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3.32	83
10	4	4	5	4	3	3	2	3	3	2	4	4	2	2	4	4	5	4	3	3	4	4	3	2	4	4	3.36	84
11	4	4	4	4	4	4	1	2	2	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	3.44	86
12	4	4	4	5	4	4	3	3	4	2	3	5	3	2	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	3.8	95
13	4	2	4	5	4	2	2	2	3	1	2	5	2	1	3	2	4	4	4	4	2	5	4	2	2	2	2.96	74
14	2	2	4	4	4	4	3	2	3	3	3	4	3	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3.28	82	
15	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3.96	99
16	5	4	4	4	2	4	4	3	2	2	4	4	2	2	2	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	3.36	84
17	4	4	4	4	4	3	4	3	5	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3.8	95
18	4	2	4	3	2	2	2	4	3	3	3	3	4	3	2	2	4	4	3	2	2	3	2	2	2	2	2.72	68
19	2	2	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3.72	93
20	5	4	4	4	5	5	2	4	4	5	4	4	3	5	2	4	4	4	5	5	5	4	5	2	4	4	4.08	102
21	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4.28	107
22	4	2	4	4	5	3	2	3	4	5	4	4	3	5	1	2	4	4	5	3	4	4	5	3	2	2	3.48	87
23	4	4	2	4	2	2	2	2	2	2	4	4	4	2	2	4	2	4	2	2	4	2	2	2	2	4	2.8	70
24	5	4	4	3	3	4	3	4	4	2	2	3	3	2	2	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3.32	83
25	5	4	4	4	5	4	4	5	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4.12	103
26	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	3	4	2	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4.2	105
27	4	2	4	4	4	4	3	2	2	2	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3.36	84
28	4	3	4	4	4	3	4	4	3	5	2	4	3	5	2	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3.68	92

29	2	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	2	2	3	3	3	3	3	3	4	2	3.04	76
30	4	2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	5	4	4	4	4	4	2	3.72	93	
31	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	5	4	3.92	98	
32	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	5	4.08	102	
33	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	3.64	91	
34	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3.76	94	
35	2	2	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2.96	74	
36	5	4	5	4	4	2	4	5	5	5	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4.24	106	
37	5	5	4	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	5	3.92	98	
38	5	2	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	3	2	5	5	5	5	5	2	4	4.48	112	
39	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	3	3	4	2	4	4	4	2	3	3.32	83	
40	2	2	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	3	2	2	3.32	83	
41	2	2	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	3	3	3	3	3	2	2	2.96	74	
42	4	2	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	2	5	5	5	5	4	2	4	4.4	110	
43	4	2	4	3	4	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	4	3	4	3	4	3	2	3.12	78	
44	4	2	4	3	3	4	2	2	2	4	4	3	2	2	2	3	2	4	3	3	3	3	4	2	2.92	73	
45	4	5	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4.08	102	
46	2	1	4	3	4	4	4	3	2	2	2	3	3	2	2	1	4	4	4	4	4	4	1	3	3	75	
47	2	2	2	3	3	2	4	4	3	3	4	3	3	4	4	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2.76	69	
48	4	4	5	5	3	4	4	4	5	3	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	3	4	4	4.48	112	
49	4	4	3	3	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	3.76	94	
50	4	1	4	3	2	3	3	1	2	3	2	2	3	2	1	4	3	2	2	3	2	2	3	1	2.36	59	
51	4	2	4	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	2	4	3	3	3	3	2	4	2	2.72	68	
52	4	2	3	3	4	2	4	4	3	3	4	4	3	4	2	3	3	4	3	4	3	4	2	2	2.96	74	
53	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4.24	106	
54	2	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	3	2	3.48	87	
55	5	5	4	5	3	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4.52	113	
56	4	5	4	2	3	4	4	4	4	2	3	4	2	5	4	2	5	4	2	3	2	3	4	5	3.28	82	
57	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3.68	92	
58	5	5	5	4	3	3	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	3	3	5	4	4.2	105	
59	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4.56	114	
60	4	2	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	3	3	2	2	3.52	88	

61	2	2	4	3	4	2	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	3	4	4	4	3	2	2	3.28	82
62	4	4	4	3	3	2	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3.36	84
63	4	5	5	4	2	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	2	4	5	3.88	97	
64	4	2	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	2	4	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3.28	82	
65	4	2	4	5	4	2	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	2	4	5	4	4	4	4	4	4	2	2	3.72	93	
66	2	2	4	4	5	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	2	4	4	4	3	4	4	5	3	2	2	3.48	87	
67	4	2	4	3	2	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	3	3	3	2	2	3.04	76	
68	4	4	4	3	2	3	3	3	4	2	3	3	4	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	4	2	3.32	83	
69	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	3.56	89	
70	2	2	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	2	4	3	4	4	4	4	4	3	2	2	3.08	77	
71	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3.6	90	
72	4	2	4	5	4	4	4	4	4	5	4	2	4	4	4	4	2	4	5	4	4	4	4	4	4	5	2	3.84	96	
73	4	2	4	3	2	4	4	4	4	2	3	3	4	4	4	5	2	4	3	4	4	4	4	4	4	3	2	3.2	80	
74	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3.52	88	
75	4	2	4	3	4	3	4	4	4	2	3	3	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	3	2	2	3.2	80	
76	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	2	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3.52	88	
77	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3.2	80	
78	4	2	5	4	4	4	5	4	4	5	4	3	5	4	4	4	2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3.64	91	
79	4	2	4	3	3	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3.96	99	
80	4	4	4	3	3	3	4	4	4	2	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3.32	83	
81	4	4	4	3	3	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3.32	83	
82	2	2	4	4	4	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	2	5	3	4	4	4	4	4	4	5	2	3.68	92	
83	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3.76	94	
84	4	2	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4.04	101	
85	4	2	4	3	3	2	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	2	4	5	4	4	3	3	3	3	2	2	3.64	91	
86	2	2	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3.08	77	
87	2	2	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3.52	88	
88	4	2	5	5	3	4	4	4	4	5	2	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3.32	83	
89	4	2	4	3	3	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	5	2	5	5	3	4	4	4	4	4	5	2	3.84	96	
90	4	4	5	3	3	4	5	4	4	3	3	3	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	2	3.52	88	
91	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3.8	95	
92	4	2	4	5	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	2	4	5	4	4	4	4	4	4	3	2	3.8	95	



Tabel rata-rata kinerja karyawan

no	ki1	ki2	ki3	ki4	ki5	ki6	ki7	ki8	ki9	ki10	ki11	ki12	ki13	ki14	ki15	ki16	ki17	ki18	ki19	ki20	ki21	ki22	ki23	ki24	ki25	rata-rata	total
1	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	2	4	4	3	3	2	3.44	86
2	2	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	2	1	1.48	37
3	5	4	3	4	4	4	5	4	5	4	3	5	4	3	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4.08	102
4	5	5	5	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	5	3	3	5	4	3	4	3	5	3.76	94
5	4	3	3	4	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3.08	77
6	5	4	5	3	4	5	2	4	2	2	3	4	3	3	4	3	5	3	4	3	3	3	4	2	3	3.44	86
7	5	3	5	3	5	3	4	4	4	4	5	4	3	3	4	5	5	5	4	5	5	4	3	4	5	4.16	104
8	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4.64	116
9	4	4	4	2	4	4	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3.08	77
10	4	5	4	4	5	3	4	2	4	3	3	2	4	3	5	3	4	3	2	2	4	2	4	4	2	3.4	85
11	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	5	5	3	5	3	4	4	2	4	4	4	4	4.08	102
12	5	5	5	3	5	4	3	5	3	3	5	5	3	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	3	4	4.2	105
13	4	5	4	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	1	2	3	3	3	1	3.16	79
14	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	4	3	5	3	4	4	3	4	5	4	4	4.12	103
15	5	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	5	4	4	5	4	4	3	4	5	3.96	99
16	5	4	5	4	4	4	3	2	3	2	3	2	4	5	4	3	5	3	2	3	4	2	4	3	3	3.44	86
17	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4.76	119
18	5	3	5	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	5	3	3	2	4	3	4	3	2	3.4	85
19	5	5	5	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	5	3	3	5	4	3	4	3	5	3.76	94
20	5	4	5	4	5	5	3	3	3	3	3	3	4	5	4	3	5	3	3	5	4	3	4	3	5	3.88	97
21	5	4	5	3	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	5	3	3	5	4	3	3	3	5	3.64	91
22	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	5	5	4	3	5	3	3	5	4	3	5	3	5	3.96	99
23	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	2	4	5	5	4	2	4.44	111
24	4	5	4	3	5	4	3	4	3	3	4	3	4	4	5	4	4	4	4	2	4	4	3	3	2	3.6	90
25	5	3	5	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	5	4	3	5	3	3	4	4	3	4	3	4	3.64	91
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4.88	122
27	5	4	5	3	4	5	4	3	4	2	3	3	3	4	3	2	5	2	3	2	4	4	3	4	2	3.44	86
28	5	5	5	4	5	4	3	3	3	3	3	3	4	5	4	3	5	3	3	5	4	3	4	3	5	3.88	97





93	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	2	5	3	3	3	3	4	4	4	4	5	2	5	3	2	4	4	2	5	5	4	3.92	98
94	5	3	5	3	3	4	3	3	4	5	5	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	3	5	5	4	4	5	3	4	4.16	104	
95	5	3	5	5	3	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4.08	102		
96	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4.4	110		
97	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	3	4	4	3	5	5	3	4	5	4.28	107	
98	4	5	4	5	5	3	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4.48	112	
99	4	3	4	3	3	4	4	4	4	5	3	3	2	4	5	3	2	4	4	4	4	3	3	4	3	2	4	3	4	3.52	88		
100	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4.44	111		
Jumlah	473	411	0	1	408	408	410	410	384	410	369	374	385	390	381	389	375	470	375	385	382	380	383	390	410	382							
Rata-rata	4,7	4,1	4,7	3,9	4,0	4,0	4,1	3,8	4,1	3,7	3,7	3,8	3,9	3,8	3,9	3,7	4,7	3,7	3,8	3,8	3,8	3,8	3,8	3,9	4,1	3,8							



Tabel rata-rata kepuasan pelanggan

no	K 1	k 2	k 3	k 4	K 5	K 6	K 7	K 8	K 9	K 10	K 11	K 12	K 13	K 14	K 15	K 16	K 17	K 18	K 19	K 20	K 21	K 22	K 23	K 24	K 25	total	rata-rata	
1	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	107	4.28
2	2	4	4	2	4	3	3	3	2	2	2	2	4	3	2	4	4	4	5	3	2	2	2	4	3	2	74	2.92
3	4	4	4	2	2	4	2	4	5	4	1	1	4	3	2	2	2	2	5	4	4	1	4	4	2	75	3	
4	4	4	4	2	2	3	4	2	2	4	2	2	2	4	2	2	2	4	4	3	4	2	2	4	2	70	2.8	
5	3	4	4	3	4	5	3	4	3	3	3	2	5	4	3	4	4	4	4	3	3	3	2	5	4	3	89	3.56
6	2	4	5	3	4	4	2	3	3	2	4	4	5	4	3	4	4	2	2	2	2	4	4	5	4	3	87	3.44
7	3	4	3	4	5	5	4	4	4	3	4	4	5	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	103	4.12
8	5	5	5	5	2	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	114	4.56
9	3	4	5	3	4	5	3	3	3	3	3	3	4	5	3	4	5	5	5	3	3	3	3	4	5	3	96	3.76
10	2	2	2	2	2	4	3	2	3	2	2	2	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	2	62	2.48
11	5	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	3	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	3	107	4.28
12	1	2	2	5	5	4	4	4	1	1	2	2	1	3	5	5	5	5	2	3	1	2	2	1	5	5	73	2.92
13	4	4	2	4	3	3	3	4	5	4	5	5	5	1	4	3	2	3	3	4	4	5	5	1	4	4	92	3.68
14	4	2	3	3	5	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	5	5	5	3	3	4	3	3	4	4	3	89	3.56
15	1	4	4	3	5	5	2	3	2	1	5	3	4	2	3	3	5	5	3	3	1	5	3	4	2	3	83	3.24
16	2	2	2	3	2	2	2	3	4	2	4	4	4	4	3	2	2	4	2	2	2	4	4	4	2	3	72	2.88
17	2	4	4	4	4	4	5	2	3	2	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	2	5	4	4	4	5	100	4
18	5	2	2	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	1	1	2	5	5	5	4	4	4	99	3.96
19	3	4	4	3	4	5	4	1	2	3	5	1	3	5	3	4	5	4	4	5	3	5	1	1	1	5	84	3.36
20	3	2	1	3	4	5	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	84	3.36
21	3	5	3	2	5	4	3	4	4	3	4	2	5	5	2	5	2	1	3	3	3	4	2	3	4	4	85	3.4
22	4	2	3	2	3	4	2	3	4	4	4	4	2	2	2	3	4	2	4	4	4	4	2	2	3	5	78	3.04
23	2	3	2	5	2	3	1	1	5	2	4	4	5	5	5	2	3	2	2	2	2	4	4	4	1	1	72	2.88
24	4	5	4	4	3	4	3	5	3	4	4	4	2	5	4	3	5	4	4	5	4	4	4	1	2	5	95	3.8
25	5	2	1	4	1	3	3	4	4	5	1	1	4	5	4	1	2	3	5	5	1	1	1	4	3	3	75	3
26	5	3	4	3	4	4	3	4	2	5	3	3	1	3	3	4	3	3	3	4	5	3	3	4	4	2	85	3.4
27	2	3	4	3	4	4	4	4	4	2	2	3	4	3	4	3	4	4	3	4	2	3	4	4	3	4	84	3.36
28	5	2	5	2	5	4	4	4	4	4	5	2	3	2	4	2	5	4	4	4	5	2	3	5	5	3	91	3.64
29	1	1	1	1	1	1	4	4	3	1	1	1	2	3	1	1	1	5	2	3	1	1	1	1	4	1	49	1.96

30	4	3	5	3	5	4	4	5	1	2	4	1	2	1	1	3	5	1	4	4	4	1	2	4	3	2	74	2.96
31	3	3	4	3	4	4	4	5	3	3	3	4	3	3	5	3	4	4	5	2	2	3	3	2	3	5	88	3.52
32	3	3	4	3	4	3	4	3	2	4	3	4	4	3	4	3	4	2	5	3	3	3	4	4	4	5	88	3.52
33	5	4	4	5	1	3	5	1	5	2	5	5	2	2	5	5	1	1	1	5	5	5	2	4	2	2	89	3.56
34	5	2	4	5	3	2	3	2	3	4	5	3	4	5	3	3	3	3	3	4	4	4	4	5	4	96	3.84	
35	4	4	4	2	3	1	4	2	2	2	4	2	2	2	2	2	3	4	2	4	4	2	2	2	4	69	2.76	
36	4	3	1	5	2	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	2	3	2	3	4	4	4	3	3	87	3.48	
37	5	5	3	5	4	4	4	2	2	1	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	104	4.16	
38	1	2	3	4	1	4	1	5	5	3	1	4	3	2	3	4	1	2	3	2	2	1	4	4	3	74	2.96	
39	4	5	2	3	4	4	4	3	3	4	4	3	5	5	3	3	4	3	3	4	4	4	5	5	5	96	3.84	
40	2	1	1	3	4	4	4	5	3	3	2	3	5	5	3	3	4	4	3	4	4	2	3	5	3	83	3.32	
41	4	2	1	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	2	4	97	3.88	
42	4	3	4	4	3	4	4	4	4	2	4	2	2	2	2	4	3	2	4	4	4	4	2	4	5	84	3.36	
43	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	1	1	4	4	2	2	2	4	4	5	4	1	81	3.24	
44	2	4	5	2	4	4	4	4	4	4	2	2	4	2	2	2	4	2	2	2	2	2	4	4	5	78	3.12	
45	4	5	4	5	4	3	4	4	5	3	4	3	3	3	2	5	4	3	4	4	4	4	3	4	4	93	3.72	
46	4	3	4	5	4	3	4	4	4	2	4	5	2	4	4	5	4	3	4	4	4	4	5	2	1	91	3.64	
47	4	5	5	5	5	2	4	5	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	5	5	107	4.28	
48	3	5	5	4	5	4	5	4	5	3	3	3	4	5	3	4	5	5	5	3	3	3	4	4	3	98	3.92	
49	2	2	2	2	2	1	2	2	4	2	2	2	4	4	2	2	2	2	2	3	2	2	4	5	5	67	2.68	
50	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	2	2	4	2	5	3	3	101	4.04	
51	2	5	5	5	5	4	4	4	3	1	2	2	1	5	5	5	3	3	4	5	2	4	1	2	4	82	3.36	
52	5	2	4	3	2	3	4	4	5	4	5	5	5	1	4	3	2	3	4	3	5	5	5	4	5	96	3.84	
53	3	3	4	5	5	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	5	5	3	3	4	4	3	4	4	1	87	3.48	
54	5	4	3	5	5	2	5	2	2	1	5	3	4	2	3	5	5	3	3	4	4	5	4	4	5	94	3.76	
55	5	2	2	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	102	4.08	
56	4	4	2	2	2	5	4	4	4	4	4	4	3	4	2	2	2	2	4	3	4	4	3	5	2	80	3.2	
57	4	4	4	4	1	4	4	4	4	2	4	4	2	4	5	4	1	1	4	4	4	4	4	2	4	86	3.44	
58	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4	88	3.52	
59	4	1	1	3	3	5	4	4	4	5	4	5	3	4	3	3	2	2	5	4	4	4	3	4	4	88	3.52	
60	4	3	3	2	4	4	4	4	5	4	4	4	2	4	4	2	4	4	5	4	4	4	2	4	4	93	3.72	
61	4	3	4	3	4	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	5	102	4.08	



94	3	5	2	4	5	1	5	3	4	3	5	4	5	4	4	5	5	4	4	3	3	5	4	4	3	3	3	95	3.88
95	3	2	2	2	2	2	4	4	3	3	4	4	1	2	2	1	5	5	4	1	5	3	4	4	1	5	3	72	2.88
96	2	5	5	5	5	2	5	4	3	2	4	4	5	5	5	1	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	97	3.88
97	2	5	4	3	3	5	4	4	2	2	5	4	3	3	4	4	4	3	2	2	2	5	4	3	5	5	91	3.64	
98	5	5	4	5	3	3	5	5	4	5	3	5	2	1	5	3	4	2	3	3	5	3	5	4	4	2	95	3.8	
99	4	5	3	4	4	3	4	4	4	4	2	4	5	2	4	5	4	4	3	4	4	2	4	2	4	4	92	3.68	
100	5	4	3	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	3	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	102	4.08	
Jumlah	359	342	327	350	353	379	365	362	348	359	384	336	371	345	350	353	346	364	365	359	384	384	336	372	358	342			
Rata-rata	3.6	3.4	3.3	3.5	3.5	3.8	3.7	3.62	3.5	3.6	3.84	3.4	3.7	3.5	3.5	3.5	3.6	3.7	3.6	3.6	3.8	3.4	3.4	3.72	3.58	3.4			



**VALIDITAS HARAPAN**  
Correlations

		HARAPAN
harapan1	Pearson Correlation	.438(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
harapan2	Pearson Correlation	.523(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
harapan3	Pearson Correlation	.508(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
harapan4	Pearson Correlation	.614(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
harapan5	Pearson Correlation	.586(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
harapan6	Pearson Correlation	.653(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
harapan7	Pearson Correlation	.337(**)
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	100
harapan8	Pearson Correlation	.302(**)
	Sig. (2-tailed)	.002
	N	100
harapan9	Pearson Correlation	.397(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
harapan10	Pearson Correlation	.545(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
harapan11	Pearson Correlation	.543(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
harapan12	Pearson Correlation	.614(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100

harapan13	Pearson Correlation	.339(**)
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	100
harapan14	Pearson Correlation	.545(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
harapan15	Pearson Correlation	.347(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
harapan16	Pearson Correlation	.523(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
harapan17	Pearson Correlation	.508(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
harapan18	Pearson Correlation	.614(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
harapan19	Pearson Correlation	.586(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
harapan20	Pearson Correlation	.653(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
harapan21	Pearson Correlation	.614(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
harapan22	Pearson Correlation	.586(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
harapan23	Pearson Correlation	.653(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
harapan24	Pearson Correlation	.337(**)
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	100
harapan25	Pearson Correlation	.523(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100

HARAPAN	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	.
	N	100

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## VALIDITAS KEPUASAN

### Correlations

		KEPUASAN
kepuasan1	Pearson Correlation	.517(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
kepuasan2	Pearson Correlation	.358(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
kepuasan3	Pearson Correlation	.324(**)
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	100
kepuasan4	Pearson Correlation	.511(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
kepuasan5	Pearson Correlation	.519(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
kepuasan6	Pearson Correlation	.318(**)
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	100
kepuasan7	Pearson Correlation	.378(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
kepuasan8	Pearson Correlation	.329(**)
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	100
kepuasan9	Pearson Correlation	.318(**)
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	100
kepuasan10	Pearson Correlation	.517(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100

kepuasan11	Pearson Correlation	.473(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
kepuasan12	Pearson Correlation	.465(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
kepuasan13	Pearson Correlation	.471(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
kepuasan14	Pearson Correlation	.402(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
kepuasan15	Pearson Correlation	.511(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
kepuasan16	Pearson Correlation	.519(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
kepuasan17	Pearson Correlation	.418(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
kepuasan18	Pearson Correlation	.395(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
kepuasan19	Pearson Correlation	.386(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
kepuasan20	Pearson Correlation	.517(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
kepuasan21	Pearson Correlation	.473(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
kepuasan22	Pearson Correlation	.465(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
kepuasan23	Pearson Correlation	.383(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100

kepuasan24	Pearson Correlation	.285(**)
	Sig. (2-tailed)	.004
	N	100
kepuasan25	Pearson Correlation	.401(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
KEPUASAN	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	.
	N	100

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## VALIDITAS RASA

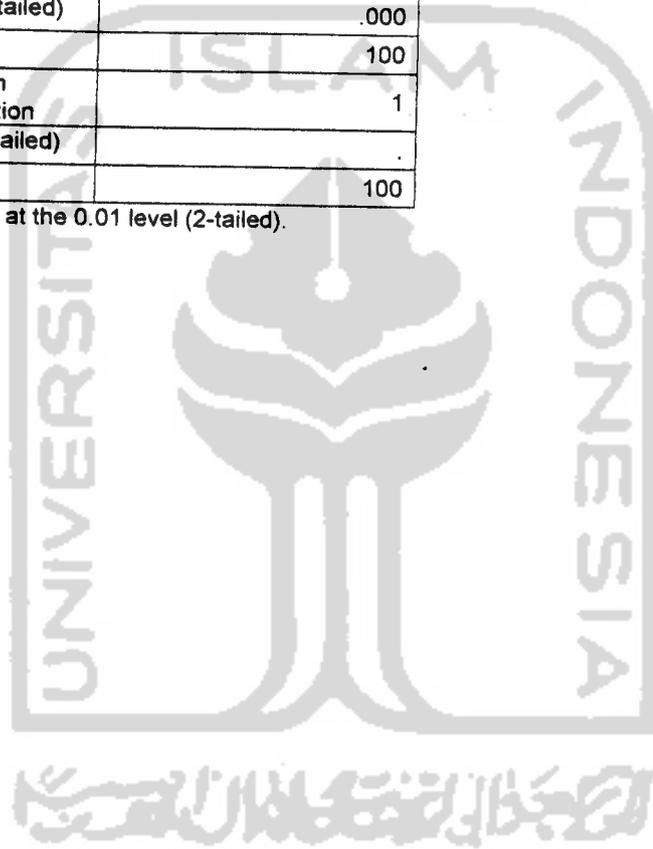
### Correlations

		RASA
rasa1	Pearson Correlation	.535(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
rasa2	Pearson Correlation	.316(**)
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	100
rasa3	Pearson Correlation	.516(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
rasa4	Pearson Correlation	.568(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
rasa5	Pearson Correlation	.366(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
rasa6	Pearson Correlation	.423(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
rasa7	Pearson Correlation	.579(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
rasa8	Pearson Correlation	.649(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100

rasa9	Pearson Correlation	.579(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
rasa10	Pearson Correlation	.585(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
rasa11	Pearson Correlation	.626(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
rasa12	Pearson Correlation	.646(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
rasa13	Pearson Correlation	.587(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
rasa14	Pearson Correlation	.458(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
rasa15	Pearson Correlation	.446(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
rasa16	Pearson Correlation	.630(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
rasa17	Pearson Correlation	.516(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
rasa18	Pearson Correlation	.608(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
rasa19	Pearson Correlation	.646(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
rasa20	Pearson Correlation	.441(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
rasa21	Pearson Correlation	.396(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100

rasa22	Pearson Correlation	.686(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
rasa23	Pearson Correlation	.596(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
rasa24	Pearson Correlation	.538(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
rasa25	Pearson Correlation	.441(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
RASA	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	.
	N	100

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



## Reliability HARAPAN

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded (a)	0	.0
	Total	100	100.0

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.876	25

## KEPUASAN

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded (a)	0	.0
	Total	100	100.0

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.814	25

## kinerja

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded (a)	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.895	25



## deskriptif harapan

### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
VAR00001	100	2.00	5.00	3.8000	.9101
VAR00002	100	1.00	5.00	3.0200	1.1457
VAR00003	100	2.00	5.00	4.0700	.5730
VAR00004	100	2.00	5.00	3.7900	.7006
VAR00005	100	2.00	5.00	3.6600	.8671
Valid N (listwise)	100				

### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
VAR00006	100	2.00	5.00	3.5500	.8333
VAR00007	100	1.00	5.00	3.2800	.9543
VAR00008	100	2.00	5.00	3.1800	.8919
VAR00009	100	2.00	5.00	3.2900	.9775
VAR00010	100	1.00	5.00	3.7900	1.0180
Valid N (listwise)	100				

### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
VAR00011	100	2.00	5.00	3.7800	.8713
VAR00012	100	2.00	5.00	3.7900	.7006
VAR00013	100	2.00	5.00	3.4500	.6872
VAR00014	100	1.00	5.00	3.7900	1.0180
VAR00015	100	1.00	5.00	3.3700	.9914
Valid N (listwise)	100				

### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
VAR00016	100	1.00	5.00	3.0200	1.1457
VAR00017	100	2.00	5.00	4.0700	.5730
VAR00018	100	2.00	5.00	3.7900	.7006
VAR00019	100	2.00	5.00	3.6600	.8671
VAR00020	100	2.00	5.00	3.5500	.8333
Valid N (listwise)	100				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
VAR00021	100	2.00	5.00	3.7900	.7006
VAR00022	100	2.00	5.00	3.6600	.8671
VAR00023	100	2.00	5.00	3.5500	.8333
VAR00024	100	1.00	5.00	3.2800	.9543
VAR00025	100	1.00	5.00	3.0200	1.1457
Valid N (listwise)	100				

deskriptif kinerja

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
VAR00001	100	2.00	5.00	4.7300	.5096
VAR00002	100	1.00	5.00	4.1100	.7771
VAR00003	100	2.00	5.00	4.7000	.5596
VAR00004	100	1.00	5.00	3.9100	.9222
VAR00005	100	2.00	5.00	4.0800	.7612
Valid N (listwise)	100				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
VAR00006	100	2.00	5.00	4.0800	.7478
VAR00007	100	1.00	5.00	4.1000	.8933
VAR00008	100	2.00	5.00	3.8400	1.0122
VAR00009	100	1.00	5.00	4.1000	.8933
VAR00010	100	2.00	5.00	3.6900	.9287
Valid N (listwise)	100				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
VAR00011	100	1.00	5.00	3.7400	.9600
VAR00012	100	2.00	5.00	3.8500	1.0188
VAR00013	100	1.00	5.00	3.9000	.9266
VAR00014	100	1.00	5.00	3.8100	.9395
VAR00015	100	1.00	5.00	3.8900	.8516
Valid N (listwise)	100				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
VAR00016	100	1.00	5.00	3.7500	.9574
VAR00017	100	2.00	5.00	4.7000	.5596
VAR00018	100	2.00	5.00	3.7500	.9361
VAR00019	100	2.00	5.00	3.8500	1.0188
VAR00020	100	1.00	5.00	3.8200	1.0287
Valid N (listwise)	100				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
VAR00021	100	2.00	5.00	3.8000	.8876
VAR00022	100	1.00	5.00	3.8300	1.0353
VAR00023	100	1.00	5.00	3.9000	.9482
VAR00024	100	2.00	5.00	4.1000	.8587
VAR00025	100	1.00	5.00	3.8200	1.0287
Valid N (listwise)	100				

deskriptif kepuasan

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
VAR00001	100	1.00	5.00	3.5900	1.2152
VAR00002	100	1.00	5.00	3.4200	1.2324
VAR00003	100	1.00	5.00	3.2700	1.2048
VAR00004	100	1.00	5.00	3.5000	1.1934
VAR00005	100	1.00	5.00	3.5300	1.2264
Valid N (listwise)	100				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
VAR00006	100	1.00	5.00	3.7900	1.0376
VAR00007	100	1.00	5.00	3.6500	1.0188
VAR00008	100	1.00	5.00	3.6200	1.0128
VAR00009	100	1.00	5.00	3.4800	1.1054
VAR00010	100	1.00	5.00	3.5900	1.2152
Valid N (listwise)	100				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
VAR00011	100	1.00	5.00	3.8400	1.1696
VAR00012	100	1.00	5.00	3.3600	1.1328
VAR00013	100	1.00	5.00	3.7100	1.2657
VAR00014	100	1.00	5.00	3.4500	1.2092
VAR00015	100	1.00	5.00	3.5000	1.1934
Valid N (listwise)	100				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
VAR00016	100	1.00	5.00	3.5300	1.2264
VAR00017	100	1.00	5.00	3.4600	1.2904
VAR00018	100	1.00	5.00	3.6400	1.2433
VAR00019	100	2.00	5.00	3.6500	.9783
VAR00020	100	1.00	5.00	3.5900	1.2152
Valid N (listwise)	100				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
VAR00021	100	1.00	5.00	3.8400	1.1696
VAR00022	100	1.00	5.00	3.3600	1.1328
VAR00023	100	1.00	5.00	3.7200	1.2067
VAR00024	100	1.00	5.00	3.5800	1.1736
VAR00025	100	1.00	5.00	3.4200	1.2963
Valid N (listwise)	100				

## Regression

### Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
KEPUASAN	3.5636	.5034	100
NYATA	4.3060	.4692	100
TANGGAP	3.9620	.6518	100
JAMINAN	3.8380	.6174	100
EMPATI	3.9740	.6048	100
HANDAL	3.8900	.5624	100

### Correlations

		KEPUASAN	NYATA	TANGGAP	JAMINAN	EMPATI	HANDAL
Pearson Correlation	KEPUASAN	1.000	-.012	.185	.119	.104	.120
	NYATA	-.012	1.000	.349	.636	.390	.544
	TANGGAP	.185	.349	1.000	.465	.581	.724
	JAMINAN	.119	.636	.465	1.000	.702	.657
	EMPATI	.104	.390	.581	.702	1.000	.751
	HANDAL	.120	.544	.724	.657	.751	1.000
	Sig. (1-tailed)	KEPUASAN		.453	.032	.119	.153
NYATA		.453		.000	.000	.000	.000
TANGGAP		.032	.000		.000	.000	.000
JAMINAN		.119	.000	.000		.000	.000
EMPATI		.153	.000	.000	.000		.000
HANDAL		.116	.000	.000	.000	.000	
N		KEPUASAN	100	100	100	100	100
	NYATA	100	100	100	100	100	100
	TANGGAP	100	100	100	100	100	100
	JAMINAN	100	100	100	100	100	100
	EMPATI	100	100	100	100	100	100
	HANDAL	100	100	100	100	100	100

### Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	HANDAL, NYATA, TANGGAP  JAMINAN, EMPATI		Enter

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: KEPUASAN

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.233	.054	.004	.5024

a Predictors: (Constant), HANDAL, NYATA, TANGGAP, JAMINAN, EMPATI

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.361	5	.272	1.079	.377
	Residual	23.724	94	.252		
	Total	25.085	99			

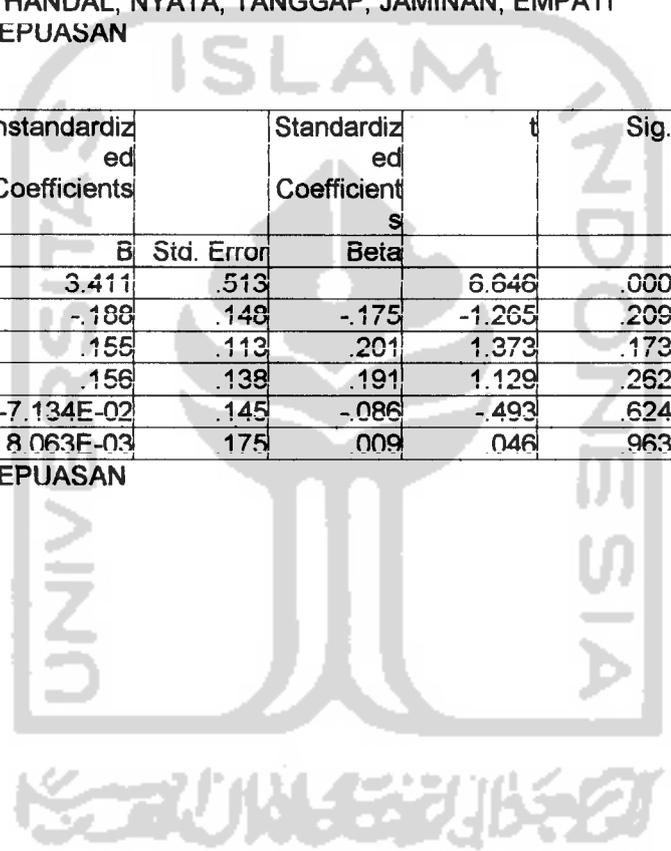
a Predictors: (Constant), HANDAL, NYATA, TANGGAP, JAMINAN, EMPATI

b Dependent Variable: KEPUASAN

Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	3.411	.513			6.646	.000
	NYATA	-.188	.148	-.175		-1.265	.209
	TANGGAP	.155	.113	.201		1.373	.173
	JAMINAN	.156	.138	.191		1.129	.262
	EMPATI	-.7.134E-02	.145	-.086		-.493	.624
	HANDAL	8.063E-03	.175	.009		.046	.963

a Dependent Variable: KEPUASAN



TABEL 1  
NILAI-NILAI DALAM DISTRIBUSI t

dk	$\alpha$ untuk uji dua pihak (two tail test)				
	0,50	0,20	0,10	0,05	0,01
	$\alpha$ untuk uji satu pihak (one tail test)				
	0,25	0,10	0,05	0,025	0,01
1	1,000	3,078	6,314	12,706	31,821
2	0,816	1,886	2,920	4,303	6,965
3	0,765	1,638	2,353	3,182	4,541
4	0,741	1,533	2,132	2,776	3,747
5	0,727	1,486	2,015	2,571	3,365
6	0,718	1,440	1,943	2,447	3,143
7	0,711	1,415	1,895	2,365	2,998
8	0,706	1,397	1,860	2,306	2,896
9	0,703	1,383	1,833	2,262	2,821
10	0,700	1,372	1,812	2,228	2,764
11	0,697	1,363	1,796	2,201	2,718
12	0,695	1,356	1,782	2,178	2,681
13	0,692	1,350	1,771	2,160	2,650
14	0,691	1,345	1,761	2,145	2,624
15	0,690	1,341	1,753	2,132	2,623
16	0,689	1,337	1,746	2,120	2,583
17	0,688	1,333	1,740	2,110	2,567
18	0,688	1,330	1,743	2,101	2,552
19	0,687	1,328	1,729	2,093	2,539
20	0,687	1,325	1,725	2,086	2,528
21	0,686	1,323	1,721	2,080	2,518
22	0,686	1,321	1,717	2,074	2,508
23	0,685	1,319	1,714	2,069	2,500
24	0,685	1,318	1,711	2,064	2,492
25	0,684	1,316	1,708	2,060	2,485
26	0,684	1,315	1,706	2,056	2,479
27	0,684	1,314	1,703	2,052	2,473
28	0,683	1,313	1,701	2,048	2,467
29	0,683	1,311	1,699	2,045	2,462
30	0,683	1,310	1,697	2,042	2,457
40	0,681	1,303	1,684	2,021	2,423
60	0,679	1,296	1,671	2,000	2,390
120	0,677	1,289	1,658	1,980	2,358
$\infty$	0,674	1,282	1,645	1,960	2,326

NILAI-NILAI r PRODUCT MOMENT

N	Taraf Signif		N	Taraf Signif		N	Taraf Signif	
	5%	1%		5%	1%		5%	1%
3	0,997	0,999	27	0,381	0,487	55	0,266	0,345
4	0,950	0,990	28	0,374	0,478	60	0,254	0,330
5	0,878	0,959	29	0,367	0,470	65	0,244	0,317
6	0,811	0,917	30	0,361	0,463	70	0,235	0,306
7	0,754	0,874	31	0,355	0,456	75	0,227	0,296
8	0,707	0,834	32	0,349	0,449	80	0,220	0,286
9	0,666	0,798	33	0,344	0,442	85	0,213	0,278
10	0,632	0,765	34	0,339	0,436	90	0,207	0,270
11	0,602	0,735	35	0,334	0,430	95	0,202	0,263
12	0,576	0,708	36	0,329	0,424	100	0,195	0,256
13	0,553	0,684	37	0,325	0,418	125	0,176	0,230
14	0,532	0,661	38	0,320	0,413	150	0,159	0,210
15	0,514	0,641	39	0,316	0,408	175	0,148	0,194
16	0,497	0,623	40	0,312	0,403	200	0,138	0,181
17	0,482	0,606	41	0,308	0,398	300	0,113	0,140
18	0,468	0,590	42	0,304	0,393	400	0,098	0,128
19	0,456	0,575	43	0,301	0,389	500	0,088	0,115
20	0,444	0,561	44	0,297	0,384	600	0,080	0,105
21	0,433	0,549	45	0,294	0,380	700	0,074	0,097
22	0,423	0,537	46	0,291	0,376	800	0,070	0,091
23	0,413	0,526	47	0,288	0,372	900	0,065	0,086
24	0,404	0,515	48	0,284	0,368	1000	0,062	0,081
25	0,396	0,505	49	0,281	0,364			
26	0,388	0,496	50	0,279	0,361			

TABEL 11  
NILAI-NILAI UNTUK DISTRIBUSI F

Baris atas untuk 5%  
Baris bawah untuk 1%

v <sub>2</sub> - dk penyebut	v <sub>1</sub> - dk pembilang																																																
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	14	16	20	24	30	40	50	75	100	200	500	∞																									
1	161	200	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	246	248	249	250	251	252	253	253	254	254	254	4.052	4.999	5.403	5.623	5.764	5.859	5.929	5.981	6.022	6.056	6.082	6.106	6.147	6.189	6.208	6.234	6.258	6.288	6.302	6.323	6.334	6.352	6.361	6.366	
2	16.61	18.00	18.16	18.25	18.30	18.33	18.36	18.37	18.38	18.39	18.40	18.41	18.42	18.43	18.44	18.45	18.46	18.47	18.48	18.49	18.49	18.49	18.50	18.50	94.48	98.91	98.17	98.26	98.30	98.33	98.34	98.36	98.38	98.40	98.41	98.42	98.43	98.44	98.45	98.46	98.47	98.48	98.48	98.49	98.49	98.49	98.50	98.50	
3	10.13	10.56	10.71	10.81	10.85	10.88	10.90	10.91	10.92	10.93	10.94	10.94	10.95	10.96	10.97	10.98	10.99	11.00	11.01	11.02	11.03	11.03	11.04	11.04	34.12	38.01	38.48	38.71	38.84	38.93	39.00	39.06	39.11	39.15	39.19	39.23	39.26	39.29	39.32	39.34	39.36	39.38	39.40	39.41	39.42	39.43	39.43	39.44	
4	7.71	8.04	8.18	8.28	8.32	8.35	8.37	8.39	8.40	8.41	8.42	8.43	8.44	8.45	8.46	8.47	8.48	8.49	8.50	8.51	8.52	8.52	8.53	8.53	21.20	24.00	24.48	24.68	24.80	24.89	24.96	25.02	25.07	25.11	25.15	25.18	25.21	25.23	25.25	25.27	25.28	25.29	25.30	25.31	25.32	25.32	25.33	25.33	
5	6.01	6.29	6.41	6.50	6.54	6.57	6.59	6.60	6.61	6.62	6.63	6.64	6.65	6.66	6.67	6.68	6.69	6.70	6.71	6.72	6.73	6.73	6.74	6.74	18.26	20.27	20.76	21.00	21.17	21.28	21.36	21.43	21.49	21.54	21.58	21.62	21.65	21.68	21.70	21.72	21.73	21.74	21.75	21.76	21.76	21.77	21.77	21.78	21.78
6	4.84	5.04	5.14	5.22	5.26	5.29	5.31	5.32	5.33	5.34	5.35	5.36	5.37	5.38	5.39	5.40	5.41	5.42	5.43	5.44	5.45	5.45	5.46	5.46	13.74	15.02	15.48	15.71	15.85	15.96	16.05	16.13	16.20	16.26	16.31	16.35	16.39	16.42	16.45	16.47	16.49	16.50	16.51	16.52	16.52	16.53	16.53	16.54	16.54
7	3.80	3.94	4.03	4.10	4.14	4.17	4.19	4.21	4.22	4.23	4.24	4.25	4.26	4.27	4.28	4.29	4.30	4.31	4.32	4.33	4.34	4.34	4.35	4.35	10.56	11.56	12.04	12.24	12.38	12.49	12.59	12.67	12.74	12.80	12.85	12.89	12.93	12.96	12.99	13.01	13.03	13.04	13.05	13.06	13.06	13.07	13.07	13.08	13.08
8	3.12	3.24	3.32	3.39	3.43	3.46	3.48	3.50	3.51	3.52	3.53	3.54	3.55	3.56	3.57	3.58	3.59	3.60	3.61	3.62	3.63	3.63	3.64	3.64	8.46	9.10	9.50	9.71	9.84	9.95	10.05	10.13	10.20	10.26	10.31	10.35	10.38	10.41	10.43	10.45	10.46	10.47	10.48	10.48	10.49	10.49	10.50	10.50	10.50
9	2.62	2.72	2.79	2.85	2.89	2.92	2.94	2.96	2.97	2.98	2.99	3.00	3.01	3.02	3.03	3.04	3.05	3.06	3.07	3.08	3.09	3.09	3.10	3.10	7.12	7.56	7.88	8.07	8.21	8.32	8.42	8.50	8.57	8.63	8.68	8.72	8.75	8.78	8.80	8.81	8.82	8.83	8.84	8.84	8.85	8.85	8.86	8.86	8.86
10	2.20	2.28	2.34	2.39	2.43	2.46	2.48	2.50	2.51	2.52	2.53	2.54	2.55	2.56	2.57	2.58	2.59	2.60	2.61	2.62	2.63	2.63	2.64	2.64	6.04	6.32	6.56	6.73	6.85	6.95	7.04	7.12	7.19	7.25	7.30	7.34	7.37	7.40	7.42	7.44	7.45	7.46	7.47	7.47	7.48	7.48	7.49	7.49	7.49
11	1.88	1.94	1.99	2.03	2.06	2.08	2.10	2.11	2.12	2.13	2.14	2.15	2.16	2.17	2.18	2.19	2.20	2.21	2.22	2.23	2.24	2.24	2.25	2.25	5.12	5.34	5.53	5.68	5.80	5.90	6.00	6.08	6.15	6.21	6.26	6.30	6.33	6.36	6.38	6.39	6.40	6.41	6.42	6.42	6.43	6.43	6.44	6.44	6.44
12	1.62	1.67	1.71	1.74	1.76	1.78	1.79	1.80	1.81	1.82	1.83	1.84	1.85	1.86	1.87	1.88	1.89	1.90	1.91	1.92	1.93	1.93	1.94	1.94	4.46	4.64	4.79	4.91	5.01	5.10	5.18	5.25	5.32	5.38	5.43	5.47	5.50	5.52	5.54	5.55	5.56	5.57	5.58	5.58	5.59	5.59	5.60	5.60	5.60
13	1.44	1.48	1.51	1.54	1.56	1.57	1.58	1.59	1.60	1.61	1.62	1.63	1.64	1.65	1.66	1.67	1.68	1.69	1.70	1.71	1.72	1.72	1.73	1.73	3.80	3.94	4.06	4.16	4.24	4.31	4.38	4.44	4.50	4.55	4.59	4.63	4.66	4.68	4.70	4.71	4.72	4.73	4.74	4.74	4.75	4.75	4.76	4.76	4.76
14	1.30	1.33	1.35	1.37	1.39	1.40	1.41	1.42	1.43	1.44	1.45	1.46	1.47	1.48	1.49	1.50	1.51	1.52	1.53	1.54	1.55	1.55	1.56	1.56	3.28	3.39	3.49	3.57	3.64	3.70	3.76	3.81	3.85	3.89	3.92	3.95	3.98	4.00	4.02	4.03	4.04	4.05	4.05	4.06	4.06	4.07	4.07	4.07	4.07

v <sub>2</sub> - dk penyebut	v <sub>1</sub> - dk pembilang																																																
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	14	16	20	24	30	40	50	75	100	200	500	∞																									
15	4.54	4.68	4.78	4.86	4.92	4.97	5.01	5.04	5.07	5.09	5.11	5.13	5.15	5.17	5.19	5.21	5.23	5.25	5.27	5.29	5.31	5.32	5.33	5.34	15.48	16.48	16.96	17.24	17.43	17.57	17.68	17.77	17.85	17.92	17.98	18.03	18.07	18.11	18.14	18.17	18.19	18.21	18.22	18.23	18.24	18.24	18.25	18.25	
16	4.40	4.53	4.63	4.70	4.75	4.79	4.83	4.86	4.88	4.90	4.92	4.94	4.96	4.98	5.00	5.02	5.04	5.06	5.08	5.10	5.12	5.14	5.15	5.16	14.00	14.88	15.36	15.64	15.83	15.97	16.08	16.17	16.25	16.32	16.38	16.43	16.47	16.51	16.54	16.57	16.59	16.61	16.62	16.63	16.64	16.64	16.65	16.65	
17	4.26	4.40	4.49	4.56	4.61	4.65	4.68	4.71	4.73	4.75	4.77	4.79	4.81	4.83	4.85	4.87	4.89	4.91	4.93	4.95	4.97	4.99	5.01	5.02	12.64	13.44	13.92	14.20	14.39	14.53	14.64	14.73	14.81	14.88	14.94	14.99	15.03	15.07	15.10	15.13	15.15	15.17	15.18	15.19	15.20	15.20	15.21	15.21	
18	4.11	4.25	4.34	4.41	4.46	4.50	4.53	4.56	4.58	4.60	4.62	4.64	4.66	4.68	4.70	4.72	4.74	4.76	4.78	4.80	4.82	4.84	4.86	4.87	11.28	12.00	12.48	12.76	12.95	13.09	13.20	13.29	13.37	13.44	13.50	13.55	13.59	13.63	13.66	13.69	13.71	13.73	13.74	13.75	13.76	13.76	13.77	13.77	
19	4.00	4.13	4.21	4.28	4.33	4.37	4.40	4.43	4.45	4.47	4.49	4.51	4.53	4.55	4.57	4.59	4.61	4.63	4.65	4.67	4.69	4.71	4.73	4.74	10.00	10.64	11.12	11.40	11.59	11.73	11.84	11.93	12.01	12.08	12.14	12.19	12.23	12.27	12.30	12.32	12.34	12.35	12.36	12.37	12.37	12.38	12.38	12.39	12.39
20	3.91	4.03	4.11	4.18	4.23	4.27	4.30	4.33	4.35	4.37	4.39	4.41	4.43	4.45	4.47	4.49	4.51	4.53	4.55	4.57	4.59	4.61	4.63	4.64	8.80	9.36	9.84	10.12	10.31	10.45	10.56	10.65	10.73	10.80	10.86	10.91	10.95	10.99	11.02	11.04	11.06	11.07	11.08	11.08	11.09	11.09	11.10	11.10	
21	3.83	3.94	4.02	4.09	4.14	4.18	4.21	4.24	4.26	4.28	4.30	4.32	4.34	4.36	4.38	4.40	4.42	4.44	4.46	4.48	4.50	4.52	4.54	4.55	7.72	8.16	8.64	8.92	9.11	9.25	9.36	9.45	9.53	9.60	9.66	9.71	9.75	9.79	9.82	9.84	9.86	9.87	9.88	9.88	9.89	9.89	9.90	9.90	
22	3.76	3.86	3.94	4.01	4.06	4.10	4.13	4.16	4.18	4.20	4.22	4.24	4.26	4.28	4.30	4.32	4.34	4.36	4.38	4.40	4.42	4.44	4.46	4.47	6.72	7.08	7.56	7.84	8.03	8.17	8.28	8.37	8.45	8.52	8.58	8.63	8.67	8.70	8.72	8.74	8.75	8.76	8.77	8.77	8.78	8.78	8.79	8.79	
23	3.70	3.79	3.87	3.94	3.99	4.03	4.06	4.09	4.11	4.13	4.15	4.17	4.19	4.21	4.23	4.25	4.27	4.29	4.31	4.33	4.35	4.37	4.39	4.40	5.84	6.12	6.60	6.88	7.07	7.21	7.32	7.41	7.49	7.56	7.62	7.67	7.71	7.73	7.75	7.76	7.77	7.78	7.78	7.79	7.79	7.80	7.80	7.80	
24	3.65	3.73	3.81	3.88	3.93	3.97	4.00	4.03	4.05	4.07	4.09	4.11	4.13	4.15	4.17	4.19	4.21	4.23	4.25	4.27	4.29	4.31	4.33	4.34	5.04	5.28	5.76	6.04	6.23	6.37	6.48	6.57	6.65	6.72	6.78	6.83	6.87	6.90	6.92	6.93	6.94	6.95	6.95	6.96	6.96	6.97	6.97	6.97	
25	3.60	3.68	3.76	3.83	3.88	3.92	3.95	3.98	4.00	4.02	4.04	4.06	4.08	4.10	4.12	4.14	4.16	4.18	4.20	4.22	4.24	4.26	4.28	4.29	4.36	4.60	5.08	5.36	5.55	5.69	5.80	5.90	5.98	6.05	6.11	6.16	6.20	6.23	6.25	6.26	6.27	6.28	6.28	6.29	6.29	6.30	6		

$v_1 - dk$ penyebut	$v_1 - dk$ pembilang																							
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	14	15	20	24	30	40	50	75	100	200	500	∞
35	4.11	3.28	2.80	2.43	2.48	2.38	2.28	2.21	2.15	2.10	2.06	2.03	1.89	1.93	1.87	1.82	1.78	1.72	1.69	1.65	1.62	1.58	1.56	1.55
38	4.10	3.25	2.85	2.42	2.48	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.86	1.92	1.85	1.80	1.76	1.71	1.67	1.63	1.60	1.57	1.54	1.53
40	4.08	3.23	2.84	2.41	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.07	2.04	2.01	1.84	1.90	1.83	1.78	1.74	1.69	1.66	1.61	1.59	1.56	1.53	1.51
42	4.07	3.22	2.83	2.39	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	2.00	1.84	1.89	1.82	1.78	1.73	1.68	1.64	1.60	1.57	1.54	1.51	1.49
44	4.06	3.21	2.82	2.38	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.80	1.86	1.79	1.74	1.70	1.65	1.62	1.58	1.56	1.52	1.50	1.48
46	4.05	3.20	2.81	2.37	2.42	2.30	2.22	2.14	2.09	2.04	2.00	1.97	1.81	1.87	1.80	1.75	1.71	1.66	1.62	1.57	1.54	1.51	1.48	1.46
48	4.04	3.19	2.80	2.36	2.41	2.30	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.80	1.86	1.79	1.74	1.70	1.64	1.61	1.56	1.53	1.50	1.47	1.45
50	4.03	3.18	2.79	2.35	2.40	2.29	2.20	2.12	2.07	2.02	1.98	1.95	1.80	1.85	1.78	1.73	1.69	1.63	1.60	1.55	1.52	1.48	1.46	1.44
55	4.02	3.17	2.78	2.34	2.39	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.97	1.93	1.80	1.83	1.76	1.72	1.67	1.61	1.56	1.52	1.50	1.46	1.43	1.41
60	4.00	3.15	2.76	2.32	2.37	2.25	2.17	2.10	2.01	1.99	1.95	1.92	1.80	1.81	1.75	1.70	1.63	1.59	1.56	1.50	1.48	1.44	1.41	1.39
65	3.99	3.14	2.75	2.31	2.36	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.94	1.90	1.80	1.81	1.75	1.70	1.63	1.57	1.54	1.49	1.46	1.42	1.39	1.37
70	3.98	3.13	2.74	2.30	2.35	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.80	1.81	1.75	1.70	1.63	1.57	1.54	1.49	1.46	1.42	1.39	1.37
80	3.96	3.11	2.72	2.28	2.33	2.21	2.12	2.05	1.98	1.95	1.91	1.88	1.80	1.81	1.75	1.70	1.63	1.57	1.54	1.49	1.46	1.42	1.39	1.37
100	3.94	3.09	2.70	2.26	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.89	1.85	1.80	1.81	1.75	1.70	1.63	1.57	1.54	1.49	1.46	1.42	1.39	1.37
125	3.92	3.07	2.68	2.24	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.87	1.83	1.77	1.77	1.71	1.66	1.60	1.55	1.49	1.45	1.39	1.36	1.31	1.27
150	3.91	3.06	2.67	2.23	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.86	1.82	1.76	1.77	1.71	1.66	1.60	1.55	1.49	1.45	1.39	1.36	1.31	1.27
200	3.89	3.04	2.65	2.21	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.74	1.75	1.69	1.64	1.57	1.52	1.45	1.42	1.36	1.32	1.27	1.23
400	3.85	3.02	2.62	2.19	2.23	2.12	2.03	1.96	1.90	1.85	1.81	1.78	1.72	1.73	1.67	1.62	1.55	1.49	1.45	1.42	1.36	1.32	1.27	1.23

Lampiran: Daftar Tabel

TABEL 12  
TABEL HARGA-HARGA KRITIS Z DALAM  
OBSERVASI  
DISTRIBUSI NORMAL.

	.00	.01	.02	.03	.04	.05	.06	.07	.08	.09
0	.5000	.4960	.4920	.4880	.4840	.4801	.4761	.4721	.4681	.4641
1	.4602	.4562	.4522	.4483	.4443	.4404	.4364	.4325	.4285	.4247
2	.4207	.4168	.4129	.4090	.4052	.4013	.3974	.3936	.3897	.3859
3	.3821	.3783	.3745	.3707	.3669	.3632	.3594	.3557	.3520	.3483
4	.3446	.3409	.3372	.3335	.3300	.3264	.3228	.3192	.3156	.3121
5	.3085	.3050	.3015	.2981	.2946	.2912	.2877	.2843	.2810	.2776
6	.2743	.2709	.2676	.2643	.2611	.2578	.2546	.2514	.2483	.2451
7	.2420	.2389	.2358	.2327	.2296	.2266	.2236	.2206	.2177	.2148
8	.2119	.2090	.2061	.2033	.2005	.1977	.1949	.1922	.1894	.1867
9	.1841	.1814	.1786	.1762	.1736	.1711	.1685	.1660	.1635	.1611
10	.1587	.1564	.1539	.1515	.1492	.1469	.1446	.1423	.1401	.1379
11	.1357	.1335	.1314	.1292	.1271	.1251	.1230	.1210	.1190	.1170
12	.1151	.1131	.1112	.1093	.1075	.1056	.1038	.1020	.1003	.0985
13	.0968	.0951	.0934	.0918	.0901	.0885	.0869	.0853	.0838	.0823
14	.0808	.0792	.0776	.0764	.0749	.0735	.0721	.0708	.0694	.0681
15	.0668	.0655	.0643	.0630	.0618	.0606	.0594	.0582	.0571	.0559
16	.0548	.0537	.0526	.0516	.0505	.0495	.0485	.0475	.0465	.0455
17	.0446	.0436	.0427	.0418	.0409	.0400	.0391	.0384	.0375	.0367
18	.0359	.0351	.0344	.0336	.0329	.0322	.0314	.0307	.0301	.0294
19	.0287	.0281	.0274	.0268	.0262	.0256	.0250	.0244	.0239	.0233
20	.0228	.0222	.0217	.0212	.0207	.0202	.0197	.0192	.0188	.0183
21	.0179	.0174	.0170	.0166	.0162	.0158	.0154	.0150	.0146	.0143
22	.0139	.0136	.0132	.0129	.0125	.0122	.0119	.0116	.0113	.0110
23	.0107	.0104	.0102	.0099	.0096	.0094	.0091	.0089	.0087	.0084
24	.0082	.0080	.0078	.0075	.0073	.0071	.0069	.0068	.0066	.0064
25	.0062	.0060	.0059	.0057	.0055	.0054	.0052	.0051	.0049	.0048
26	.0047	.0045	.0044	.0043	.0041	.0040	.0039	.0038	.0037	.0036
27	.0035	.0034	.0033	.0032	.0031	.0030	.0029	.0028	.0027	.0026
28	.0026	.0025	.0024	.0023	.0023	.0022	.0021	.0021	.0020	.0019
29	.0019	.0018	.0018	.0017	.0016	.0016	.0015	.0015	.0014	.0014
30	.0013	.0013	.0013	.0012	.0012	.0011	.0011	.0011	.0010	.0010
31	.0010	.0009	.0009	.0009	.0008	.0008	.0008	.0008	.0007	.0007
32	.0007	.0007	.0007	.0007	.0006	.0006	.0006	.0006	.0006	.0006
33	.0005	.0005	.0005	.0005	.0004	.0004	.0004	.0004	.0004	.0004
34	.0003	.0003	.0003	.0003	.0003	.0003	.0003	.0003	.0003	.0003
35	.0002	.0002	.0002	.0002	.0002	.0002	.0002	.0002	.0002	.0002
36	.0001	.0001	.0001	.0001	.0001	.0001	.0001	.0001	.0001	.0001
37	.0001	.0001	.0001	.0001	.0001	.0001	.0001	.0001	.0001	.0001
38	.0001	.0001	.0001	.0001	.0001	.0001	.0001	.0001	.0001	.0001
39	.0001	.0001	.0001	.0001	.0001	.0001	.0001	.0001	.0001	.0001
40	.0001	.0001	.0001	.0001	.0001	.0001	.0001	.0001	.0001	.0001

-00000-