

## Pengaruh Kualitas Layanan dan Keluhan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. PLN (Persero) ULP Ampera Palembang

Susanti<sup>1</sup>, Edduar Hendri<sup>2</sup>, Erfan Robyardi<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Palembang, [sty2976@gmail.com](mailto:sty2976@gmail.com)

<sup>2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Palembang, [hendriedduar71@gmail.com](mailto:hendriedduar71@gmail.com)

<sup>3</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Palembang, [epan.roby@gmail.com](mailto:epan.roby@gmail.com)

### ABSTRAK

Penelitian bertujuan mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas layanan dan keluhan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) ULP Ampera Palembang. penelitian ini menggunakan metode penelitian Aisosiatif/kuaintitatif untuk mengukur vairaibel bebas dan vairaibel terikat. Populasi dan sampel dalam penelitian ini pelanggan yang diberikan pelayanan sebanyak 29.738 orang pelanggan rumah tangga tarif 900 Va di PT. PLN (Persero) ULP Ampera Palembang. Untuk teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan dokumentasi. Berdasarkan data perhitungan statistik secara simultan atau bersama-sama antara variabel Kualitas Layanan (X1) dan Keluhan Pelanggan (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) di peroleh nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat di simpulkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh signifikan antara Kualitas Layanan (X1) dan Keluhan Pelanggan (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada PT. PLN (Persero) ULP Ampera Palembang.

**Kata Kunci:** Kualitas layanan, Keluhan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan.

### ABSTRACT

*The study aims to determine the extent of the influence of service quality and customer complaints on customer satisfaction at PT. PLN (Persero) ULP Ampera Palembang. This research utilized an Associative/Quantitative research method to measure the relationships between independent and dependent variables. The population and sample for this study were 29,738 customers from household tariff 900 VA category who received services from PT. PLN (Persero) ULP Ampera Palembang. Data collection techniques involved the use of questionnaires and documentation. Based on statistical calculations, a simultaneous or combined analysis of the variables Service Quality (X1) and Customer Complaints (X2) towards Customer Satisfaction (Y) resulted in a significant value of  $0.000 < 0.05$ . Therefore, it can be concluded that there is a simultaneous significant influence between Service Quality (X1) and Customer Complaints (X2) towards Customer Satisfaction (Y) at PT. PLN (Persero) ULP Ampera Palembang.*

**Keywords :** Service Quality, Customer Complaints, Customer Satisfaction.

### A. PENDAHULUAN

Di zaman modern ini, komponen kunci dalam upaya meningkatkan kebahagiaan pelanggan adalah kualitas layanan perusahaan. Jika layanan perusahaan dapat memuaskan permintaan dan harapan pelanggannya, layanan tersebut dianggap memuaskan. Pelanggan yang senang akan memiliki hubungan yang kuat dengan bisnis dan bertahan dengannya. Pelanggan yang loyal terhadap suatu merek dapat mendorong penjualan dan meningkatkan persepsi masyarakat terhadap merek tersebut.

Menurut Hardiansyah dalam (muspiha, 2023, p. 11) Bahwa “Kualitas Layanan” ini dapat dimaksudkan dengan kegiatan yang disediakan sebagai penunjang maupun untuk mendukung, menyiapkan serta mengelola jasa atau barang tertentu untuk satu pihak ke pihak lain. Selanjutnya menurut Tjiptono dalam (Rohaeni & marwa, 2018, p. 314) Kualitas Layanan adalah tingkat keunggulan produk tingkat layanan lanjutan yang diharapkan untuk memenuhi keinginan konsumen. Kualitas Layanan menunjuk



pada tingkat kesempurnaan pelayanan dalam memenuhi kebutuhan dan tuntutan setiap konsumen. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan adalah upaya yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan atau konsumen.

Untuk memenuhi kepuasan konsumen, kualitas pengaduan dan pelayanan konsumen harus ditingkatkan agar mengacu pada kepuasan konsumen; Akibatnya, keluhan konsumen harus segera diselesaikan. Hal ini dikarenakan tingkat kepuasan pelanggan konsumen terhadap kualitas pelayanan merupakan komponen yang sangat menentukan dalam pembangunan sistem pelayanan yang tanggap terhadap konsumen.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang dibandingkan antara persepsi konsumen terhadap tingkat kinerja produk dan jasa yang nyata atau aktual dengan kinerja sesuai harapan, seperti yang dimaksudkan Sangadji dalam (Rohaeni & Marwa, 2018, p. 314). Maka kepuasan konsumen adalah suatu perasaan dimana seseorang merasa mendapatkan hasil yang sesuai dengan keinginan yang diharapkan.

Sehubungan dengan PLN (Persero), suatu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang ketenagalistrikan Indonesia, PLN (Persero) bertugas serta berfungsi untuk mengelola transmisi, pengoperasian sistem, dan transaksi ketenagalistrikan dengan pelayanan berkaliber tinggi yang dapat memenuhi permintaan dan meningkatkan kesejahteraan sosial.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2009 tentang Ketenagalistrikan, PT. PLN (Persero) adalah perusahaan yang bertugas menyediakan tenaga listrik yang terdapat di Indonesia. Akibatnya, PT. PLN (Persero) dituntut untuk siap memenuhi permintaan layanan pelanggan untuk tambahan daya, instalasi baru, penanganan pemadaman listrik, dan lain sebagainya.

Oleh karena itu PLN harus mampu memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya kepada masyarakat dari kota besar hingga ke pelosok desa. Manusia membutuhkan listrik untuk melakukan aktivitas sehari-hari dan juga begitupun sebaliknya manusia yang akan sangat terganggu jika tidak terdapatnya listrik, mulai dari kegiatan rumah tangga, sekolah, universitas, perusahaan, bisnis industry, hingga pemerintah, dan lain sebagainya. Salah satu unit wilayah tersebut adalah PT. PLN (Persero) Unit Layanan Pelanggan (ULP) Ampera Palembang yang kerjanya melayani sebagian kota Palembang terutama daerah Kecamatan Jakabaring, memiliki rentang konsumen yang luas, termasuk mereka yang membutuhkan layanan listrik tertentu, perusahaan, lembaga pemerintah, dan rumah.

Berikut adalah tabel jumlah pelanggan PT.PLN (Persero) ULP Ampera Palembang, mulai dari November 2022 sampai dengan April 2023:

**Laporan Jumlah Pelanggan Listrik PT.PLN (Persero) ULP Ampera Palembang**  
**Bulan/Tahun**

Tarif/Daya	NOVEMBER 2022	DESEMBER 2022	JANUARI 2023	FEBRUARI 2023	MARET 2023	APRIL 2023
R1/450 VA	21.490	21.481	21.465	21.453	21.439	21.419
R1/900 VA	29.491	29.532	29.629	29.679	29.706	29.738
R1M/900 VA	66.699	66.929	67.358	67.688	67.907	68.019
R1/1300 VA	31.877	31.959	32.328	32.380	32.550	32.578
R1/2200 VA	7.359	7.384	7.428	7.457	7.603	7.697

R2/3500 S.d5.500 VA	2.642	2.660	2.670	2.684	2.711	2.762
R2/6.600 VA ke Atas	215	216	215	211	212	215
JUMLAH	159.773	160.161	161.093	161.552	162.128	162.428

**Sumber: PT.PLN (Persero)ULP Ampera Palembang**

Dilihat dari tabel diatas jumlah pelanggan terbanyak didominasi oleh pelanggan rumah tangga sebab listrik sangat bergantung pada kebutuhan sehari-hari terutama dalam kehidupan rumah tangga. Tak heran jika masyarakat banyak mengeluhkan jika terjadi pemadaman, Dalam rangka meningkatkan kepuasan pelanggan, PT. PLN (Persero) harus segera merespon setiap pengaduan yang masuk. Kualitas keluhan pelanggan dan layanan mereka harus ditingkatkan jika tujuan kepuasan konsumen ingin dipenuhi. Oleh karena itu, kekhawatiran pelanggan harus ditangani sesegera mungkin sehingga dapat memperoleh kepuasan pelanggan yang diharapkan.

Berdasarkan realita dilapangan menunjukan bahwa layanan PT. PLN (Persero) ULP Ampera hanyalah salah satu lokasi dimana PLN merupakan salah satu sektor pelayanan publik yang kini ramai dan dikeluhkan oleh masyarakat Kecamatan Seberang ulu I Kota Palembang terdapat adanya kejadian pemadaman listrik lebih dari 18 jam pada ( Jumat 25/03/22) hal tersebut menghambat sebagian aktivitas warga yang mengalami pemadaman namun pihak PLN belum memberi tindakan lanjutan setelah dua hari barulah pihak PLN mengkonfirmasi bahwa pihak dilapangan menemukan kerusakan dua trafo yang mengalami gangguan didaerah kalingga jakabaring dan dua trafo didaerah Sri Raya 2 Plaju.

Hal serupa juga pernah terjadi didepan gedung Golden Sriwijaya, jln Gub H. Bastari, Silaberanti Jakabaring Palembang, pada saat itu terjadi ledakan dan terbakar gardu listrik ledakan tersebut menimbulkan percikan api yang bisa saja membahayakan pengguna jalan akibatnya terjadi lah pemadaman selama 14 jam atas keterlambatan dalam proses perbaikan tersebut banyak masyarakat mengalami kerugian terutama masyarakat yang mengandalkan listrik kepekerjaannya selain itu juga pemadaman listrik dapat menghambat jaringan, itu artinya banyak sekali kerugian jika terjadinya pemadaman pada listrik baik bagi masyarakat maupun perusahaan.

Hal ini perlu mendapat perhatian khusus agar dapat meningkatkan pelayanan nasabah dan penanganan pengaduan dengan lebih cepat. Call Center 123 Interfering Service Center dan APKT (Aplikasi Pengaduan dan Pengaduan Komprehensif) sedang dikembangkan dan ditingkatkan. Rata-rata waktu proses dalam proses penanganan pengaduan konsumen lebih lama dari waktu yang diberikan. Contohnya termasuk keluhan konsumen tentang peningkatan daya karena jarak dan kerusakan jalan ke lokasi pemrosesan dan sumber daya yang terbatas.

Dalam penanganan pengaduan masih harus menunggu karena bergiliran menangani pengaduan sebab sistem penanganan keluhan harus didasarkan pada waktu pengaduan diajukan pada gilirannya. Oleh karena itu, akan dilakukan kajian lanjutan terhadap dampak keluhan pelanggan dan layanan yang diberikan untuk mencapai kepuasan pelanggan khususnya masyarakat sekitar Ampera.

Berdasarkan dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Chairunnisah Putri Ayu Ningsih (2015) dengan judul skripsi "Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. PLN (Persero) WS2JB cabang Palembang Rayon A.Rivai" Berdasarkan temuan penelitian, terdapat hubungan sebesar 57% antara variabel X



dan variabel Y, yang berarti terdapat pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, berarti pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan.

## **B. KAJIAN TEORI**

Manajemen Pemasaran Kotler dan Armstrong dalam (Priansa, 2017:4) menjelaskan bahwa manajemen pemasaran adalah pertukaran harapan yang artifisial, dengan cara menjalin kedekatan dengan konsumen. perusahaan. Sedangkan Untuk menciptakan pertukaran yang sesuai dengan tujuan pribadi dan bisnis, manajemen pemasaran melibatkan koordinasi dan pelaksanaan ide, penetapan harga, promosi, dan distribusi ide, komoditas, dan layanan, menurut Kotler dalam (Limakrisna 2017: 5). Lalu menurut (Barokah , Sularso, & Handriana, 2020, p. 2) Analisis, perencanaan, pelaksanaan, koordinasi, dan pengendalian operasi pemasaran adalah bagian dari proses yang dikenal sebagai manajemen pemasaran. Adapun menurut Kotler dan Keller (Lusiah, 2018:12). Nilai pelanggan yang lebih tinggi harus diciptakan, dikomunikasikan, dan disampaikan untuk menarik, mempertahankan, dan mengembangkan basis klien melalui manajemen pemasaran. Untuk menghasilkan, menetapkan, dan manajemen pemasaran adalah pemeriksaan pengembangan, implementasi, dan administrasi program untuk mempertahankan hubungan yang menguntungkan dengan konsumen sasaran untuk mencapai tujuan organisasi atau komersial.

Sedangkan (Barokah, Sularso, & Handriana, 2020, p. 2) menyatkan Analisis, perencanaan, pelaksanaan, koordinasi, dan proses pengendalian untuk inisiatif pemasaran dikenal sebagai manajemen dalam pemasaran. Adapun Kotler dan Keller menyatakan dalam (Lusiah, 2018:12). Nilai pelanggan yang lebih tinggi harus diciptakan, dikomunikasikan, dan disampaikan untuk menarik, mempertahankan, dan mengembangkan basis klien melalui manajemen pemasaran. Untuk menghasilkan, menetapkan, serta manajemen pemasaran adalah evaluasi pengembangan program, implementasi, dan administrasi untuk memenuhi tujuan organisasi atau komersial. Ini juga mencakup mempertahankan kontak yang menguntungkan dengan konsumen sasaran.

Kotler dan Armstrong (2016:47) mengatakan bahwa product (produk), pricing (harga), location (tempat), dan promotion (promosi) merupakan 4 (empat) komponen utama bauran pemasaran yang dapat dicermati oleh organisasi atau perusahaan.

Keluhan adalah sesuatu yang dapat disampaikan ketika perasaan seseorang sedang galau seperti yang terdapat pada KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia). Dalam konteks itu, emosi yang dibahas adalah salah satu ketidakpuasan yang ditimbulkan oleh perolehan suatu barang atau jasa. Siapa pun yang berpartisipasi dalam layanan atau produk yang diberikan oleh individu atau organisasi disebut sebagai konsumen atau pelanggan.

Keluhan pelanggan bagi perusahaan itu sendiri dijadikan sebagai bentuk evaluasi diri dari kinerja yang telah dilakukan oleh perusahaan. Menurut Bell & Luddington dalam buku (Candrianto, 2021, p. 27) bahwa keluhan dari konsumen adalah umpan balik dari pelanggan atau konsumen ke bisnis, biasanya berupa kritik yang tidak menyenangkan. Keluhan pelanggan seringkali merupakan hasil dari masalah termasuk akuntabilitas yang buruk (daya tanggap), bantuan di bawah standar dari karyawan perusahaan (kebermanfaatan), ketersediaan produk di bawah standar (ketersediaan produk), kebijakan toko atau perusahaan di bawah standar (kebijakan toko), dan pemulihan layanan di bawah standar. Selanjutnya berdasarkan

dalam buku (Suleman, 2022, p. 81) keluhan pelanggan adalah ekspresi perasaan ketidakpuasan atas standar pelayanan, tindakan atau tidak adanya tindakan pemberian pelayanan yang berpengaruh terhadap pelanggan.

Menurut Tjiptono dalam buku (Kurniasih, 2021, p. 22) Ketika persyaratan dan aspirasi klien terpenuhi sejauh mereka yakin Pembelian mereka sejalan dengan harapan mereka atas barang dan jasa yang mereka terima, ini disebut sebagai kepuasan pelanggan.

### C. METODE PENELITIAN

Pada hakekatnya, teknik penelitian merupakan pendekatan ilmiah dalam mengumpulkan data untuk tujuan dan aplikasi tertentu. Penggunaan teknik penelitian kuantitatif merupakan bagian dari penelitian ini. Sebagaimana yang dinyatakan (Faiuzi & Dencik, 2019, p. 9) ukuran besaran atau besaran yang dapat digunakan untuk menggambarkan fenomena yang diamati berfungsi sebagai dasar penyelidikan kuantitatif. Biasanya, data numerik digunakan dalam penelitian kuantitatif.

Dalam penelitian ini variabel bebas dan terikat diukur dengan menggunakan teknik penelitian asosiatif kuantitatif, dan hasil analisis statistik digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. PT. Fasilitas PLN (Persero) ULP Ampera Palembang dijadikan tempat penelitian. 8 Kelurahan Seberang Ulu I, Jalan Gub, H. Bastari, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30257.

Populasi dan sample dalam studi kali ini ialah pelanggan yang diberikan pelayanan sebanyak 29.738 orang pelanggan rumah tangga tarif 900 Va di PT. PLN (Persero) ULP Ampera Palembang. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah kuesioner dan dokumentasi. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian adalah pengukuran skala likert.

Menurut Priyanto (2018) berpendapat bahwa alat ukur instrument mempunyai dua sifat uji validitas dan uji reliabilitas dengan metode ini peneliti menggunakan bantu SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 2.3 For Windows. (Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan, 2019, p. 242) Mengikuti pengumpulan data responden atau data dari sumber lain, prosedur analisis data adalah tindakan. Di antara tugas yang terkait dengan analisis data antara lain mengklasifikasikan data menurut variabel dan kategori responden, mengolah data menurut variabel dari semua responden, menyajikan data untuk setiap variabel yang diselidiki, dan melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah. Untuk mengevaluasi parameter populasi dalam penelitian ini menggunakan statistik, atau untuk menilai ukuran populasi menggunakan data sampel, digunakan statistik parametrik.

Regresi linier berganda dan koefisien korelasi digunakan dalam analisis data. uji t dan uji F digunakan untuk menguji hipotesis. untuk menilai dampak gabungan variabel independen terhadap variabel dependen, dan untuk menilai dampak parsial variabel independen terhadap signifikansi variabel independen, apakah pengaruhnya signifikan atau tidak.

### D. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Hasil Uji Validitas



**Hasil Uji Validitas Variabe Kualitas Layanan (X<sub>1</sub>)**

Item	Sig.(2-tailed)	$\alpha$	Keterangan
X <sub>1.1</sub>	0.006	< 0.05	Valid
X <sub>1.2</sub>	0.006	< 0.05	Valid
X <sub>1.3</sub>	0.000	< 0.05	Valid
X <sub>1.4</sub>	0.000	< 0.05	Valid
X <sub>1.5</sub>	0.000	< 0.05	Valid
X <sub>1.6</sub>	0.000	< 0.05	Valid
X <sub>1.7</sub>	0.000	< 0.05	Valid
X <sub>1.8</sub>	0.000	< 0.05	Valid
X <sub>1.9</sub>	0.000	< 0.05	Valid
X <sub>1.10</sub>	0.000	< 0.05	Valid

**Sumber: Data diolah, dengan SPSS versi 2.3 (2023)**

Pertanyaan dan pernyataan pada tabel di atas, yang mencakup semua item 1 sampai 10, semuanya dianggap sah karena memiliki nilai sig 0,05 atau lebih.

**Hasil Uji Validitas Keluhan Pelanggan (X<sub>2</sub>)**

Item	Sig.(2-tailed)	$\alpha$	Keterangan
X <sub>2.1</sub>	0.004	< 0.05	Valid
X <sub>2.2</sub>	0.000	< 0.05	Valid
X <sub>2.3</sub>	0.000	< 0.05	Valid
X <sub>2.4</sub>	0.000	< 0.05	Valid
X <sub>2.5</sub>	0.000	< 0.05	Valid
X <sub>2.6</sub>	0.001	< 0.05	Valid
X <sub>2.7</sub>	0.000	< 0.05	Valid
X <sub>2.8</sub>	0.000	< 0.05	Valid
X <sub>2.9</sub>	0.000	< 0.05	Valid
X <sub>2.0</sub>	0.000	<0.05	Valid

**Sumber: Data diolah, dengan SPSS versi 23 (2023)**

Semua pertanyaan dan pernyataan pada variabel Pengaduan Pelanggan dari item 1 sampai dengan 10 ditunjukkan pada tabel di atas dengan nilai sig 0,05, yang menunjukkan bahwa semua pertanyaan dan pernyataan dianggap asli atau valid.

**Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)**

Item	Sig.(2-tailed)	$\alpha$	Keterangan
Y.1	0.000	< 0.05	Valid
Y.2	0.000	< 0.05	Valid

Y.3	0.000	< 0.05	Valid
Y.4	0.000	< 0.05	Valid
Y.5	0.000	< 0.05	Valid
Y.6	0.000	< 0.05	Valid
Y.7	0.000	< 0.05	Valid
Y.8	0.000	< 0.05	Valid

**Sumber: Data diolah, dengan SPSS versi 23 (2023)**

### Hasil Uji Reliabilitas

Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) direpresentasikan pada tabel di atas dengan semua pertanyaan dan pernyataan dari item 1 sampai dengan 8, dengan nilai sig 0,05 menunjukkan bahwa semua pertanyaan dan pernyataan dianggap sah atau valid.

Uji Reabilitas			
Variabel	Cronbach's $\geq$ Alpha ( $\alpha$ )		Keterangan
Kualitas Layanan ( $X_1$ )	0,823	0,60	Reliabel
Keluhan Pelanggan ( $X_2$ )	0,838	0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,694	0,60	Reliabel

**Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 23 (2023)**

Menggunakan solusi produk dan layanan statistik (SPSS) versi 23, uji reliabilitas dievaluasi dengan membandingkan koefisien determinasi (alpha Cronbach) dengan 0,60. Jika koefisien determinasi (Cronbach's alpha) adalah 0,60, maka variabel "Kualitas Layanan" (0,823 0,60), variabel "Keluhan Pelanggan (0,838 0,60), dan variabel "Y, yang berarti bahwa pertanyaan/ pernyataan merupakan indikator dari  $X_1$ ,  $X_2$ , dan Y dalam penelitian ini yaitu reliabel dan layak di gunakan pada penelitian selanjutnya.

### Hasil Uji Normalitas Data

Uji Normalitas One-Sampel Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.53294522
	Absolute	.074
Most Extreme Diferences	Positive	.046
	Negative	-.074
Test Statistics		.074
Asymp. Sig. (2-tailed)		.197 <sup>c,d</sup>

**Sumber: Data diolah, dengan SPSS versi 23 (2023)**



Nilai signifikansi uji Kolmogorov-Smirnov dapat dilihat pada tabel di atas, dan dapat diketahui berdasarkan Asymp. Sig(2-tailed), nilai Sig (2-tailed) adalah 0,197 > taraf Signifikan 0,05. Oleh karena itu, variabel yang digunakan dalam penyelidikan ini disimpulkan terdistribusi secara teratur.

### Hasil Uji Multikolinieritas

**Uji Multikolenieritas**

No	Variabel Bebas	Colinearity Statistic	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Layanan (X <sub>1</sub> )	0,324	3.089
2	Keluhan Pelanggan (X <sub>2</sub> )	0,324	3.089

**Sumber: Data diolah (2023)**

Pada tabel di atas dapat terlihat bahwa nilai toleransi untuk kedua variabel kualitas pelayanan (X<sub>1</sub>) dan keluhan pelanggan (X<sub>2</sub>) diketahui sebesar 0,324 nilai VIF 3,089, yang masing-masing kurang dari 10, dan nilai lebih besar dari 0,10. Oleh karena itu, multikolinearitas tidak dapat ditemukan.

### Hasil Uji Heterosedesitas

**Uji Heteroskedesitas**

Variabel	Sig	α =0,05	Keterangan
Kualitas Layanan	0,058	0,058 > 0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Keluhan Pelanggan	0,222	0,222 > 0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas

**Sumber: Data diolah, dengan SPSS versi 23 (2023)**

Nilai signifikansi kedua variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>) dan Pengaduan Pelanggan (X<sub>2</sub>) lebih dari 0,05 seperti terlihat pada tabel di atas. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa model regresi tidak memiliki heteroskedestisitas.

### Hasil Uji Regersi Linear Berganda

**Regresi Linear Berganda**

**Coeficients**

Modal	Unstandardzed Coeficients		Standardzed Coeficients		t	Sig.
	B	Std. Eror	Beta	t		
1 (Constan)	7.490	1.332			5.622	.000
Kualitas Layanan	-.033	.060	-.048	-.542		.589
Keluhan Pelanggan	.676	.066	.907	10.232		.000

a. Variabel Terikat: Kepuasan Pelanggan  
**Sumber: Data diolah, dengan SPSS versi 23 (2023)**

Temuan ini dapat digunakan untuk membuat model persamaan regresi, yang dapat direpresentasikan sebagai persamaan regresi:

$$Y = 7,490 - 0,033 X_1 + 0,676 X_2 + e$$



Penjelasan berikut diberikan berdasarkan model regresi pada tabel di atas:

1. Nilai Konstanta 7,490 merupakan koefisien regresi untuk variabel Kualitas Layanan ( $X_1$ ), artinya jika Kualitas Layanan dan Keluhan Pelanggan meningkat sebesar 7,490 diikuti dengan peningkatan Kepuasan Pelanggan sebesar 7,490. Dan apabila variabel Kualitas Layanan ( $X_1$ ) dan Keluhan Pelanggan ( $X_2$ ) menurun sebesar satu satuan, maka akan diikuti dengan penurunan Kepuasan Pelanggan dengan sebesar 7,490.
2. Nilai Koefisien regresi Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) yaitu -0,033 dengan koefisien negatif artinya menunjukkan pengaruh negatif antara variabel Kualitas Layanan ( $X_1$ ) sebesar -0,033 maka akan mengalami penurunan Kepuasan Pelanggan sebesar -0,033 begitu juga sebaliknya.
3. Keluhan pelanggan ( $X_2$ ) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,676. sehingga apabila Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) diharapkan tetap konstan maka Kepuasan Pelanggan akan tumbuh sebesar 0,676 sedangkan Keluhan Pelanggan ( $X_2$ ) menurun sebesar 0,676 satu satuan.

### Koefisien Korelasi dan Determinasi

Koefisien Korelasi						
Variabel			R	R squared	Adjusted R Squered	Std. Error of the Estimate
Kualitas Layanan dan Keluhan Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan			0,868	0,753	0,748	2.559

**Sumber: Data diolah, dengan SPSS versi 23 (2023)**

Keterkaitan antara kualitas pelayanan dengan keluhan pelanggan, seperti yang ditunjukkan oleh hasil analisis korelasi ( $r$ ) adalah 0,868. Hal ini menggambarkan betapa erat kaitannya keluhan pelanggan dengan kualitas pelayanan. bahkan jika arah hubungan menguntungkan karena nilai  $r$  yang menguntungkan, yang menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan meningkat seiring dengan peningkatan kualitas layanan.

Koefisien Determinasi						
Variabel			R	R squared	Adjusted R Squered	Std. Error of the Estimate
Kualitas Layanan dan Keluhan Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan			0,868	0,753	0,748	2.559

**Sumber: Data diolah, dengan SPSS versi 23 (2023)**

Besarnya R square pada tabel di atas adalah 0,753 atau 75,3%. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan ( $Y$ ) dipengaruhi oleh kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan keluhan pelanggan ( $X_2$ ) lebih besar daripada faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, yaitu sebesar 18,9% dari persentase sisanya (100% - 75,3%).



### Hasil Uji Hipotesis

Uji Parsial ( t )				
Variabel Terikat (Y)	Variabel Bebas (X)	Koefisien Regresi	t α =0,05	Sig.
A		7,490		0,000
Kepuasan Pelanggan	Kualitas Layanan (X <sub>1</sub> )	-0,033	-0,542	0,589
	Keluhan Pelanggan (X <sub>2</sub> )	0,676	10.232	0,000

a. Variabel terikat: Kepuasan Pelanggan

Sumber: *Data diolah, (2023)*

Hasil berikut didapat dari tabel :

- Pengaruh variabel Kualitas Layanan (X<sub>1</sub>) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dengan nilai t-hitung sebesar  $-0,542 < 1,98472$  t-tabel dengan nilai signifikan  $0,589 > 0,05$  artinya H<sub>0</sub> diterima H<sub>a</sub> ditolak dapat disimpulkan tidak terdapat pengaruh signifikan antara Kualitas Layanan (X<sub>1</sub>) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).
- Pengaruh variabel Keluhan Pelanggan (X<sub>2</sub>) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dengan nilai t-hitung sebesar  $10.232 > 1,98472$  t-tabel dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  artinya H<sub>0</sub> ditolak H<sub>a</sub> diterima, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara Keluhan Pelanggan (X<sub>2</sub>) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

### Hasil Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Modal		Sum of Squere	Df	Mean Squere	F	Sig.
1	Regresion	1939.025	2	969.512	148.060	.000 <sup>b</sup>
	Residual	635.165	97	6.5487		
	Total	2574.190	99			

a. Variabel Terikat: Kepuasan Pelanggan

b. Predictor: (Constant), Keluhan Pelanggan, Kualitas Layanan

Sumber: *Data diolah, dengan SPSS versi 23 (2023)*

Angka 148.060 > 3,09 dengan sig 0,000 dilihat pada hasil estimasi F dari uji F pada tabel di atas. Hal ini menunjukkan bahwa selama H<sub>a</sub> disetujui, H<sub>0</sub> ditolak. Hal ini mengarah pada kesimpulan bahwa Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>) dan Pengaduan Pelanggan (X<sub>2</sub>) memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), baik secara bersamaan maupun bersama-sama.

### Pembahasan

#### Pengaruh Kualitas Layanan (X<sub>1</sub>) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>) dengan Kepuasan Pelanggan (Y) berdasarkan hasil uji t parsial untuk variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dengan nilai t hitung sebesar  $-0,542 < 1,98472$  dan nilai signifikan  $0,589 > 0,05$  artinya H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>a</sub> ditolak.

Temuan ini bertentangan dengan penelitian sebelumnya oleh Chairunnisah (2015), yang menunjukkan hubungan yang menguntungkan antara Di PT. PLN (Persero) WS2JB Cabang Rayon A. Rivai Palembang mengutamakan pelayanan prima dan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian, kepuasan pelanggan (Y) tidak berpengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan (X1) artinya kepuasan pelanggan tidak hanya bergantung pada kualitas pelayanan saja tetapi terdapat juga dipengaruhi beberapa faktor lainnya.

### **Pengaruh Keluhan Pelanggan (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)**

Variabel Pengaduan Pelanggan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) memiliki nilai signifikan 0,000 < 0,05 sesuai dengan temuan uji hipotesis. Hasil thitung sebesar 10,232 > 1,98472 maka H0 tidak diterima menunjukkan bahwa variabel Pengaduan Pelanggan (X2) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Kesimpulan bahwa terdapat hubungan yang substansial antara keluhan pelanggan (X2) dan kepuasan pelanggan (Y) dicapai dengan menerima hipotesis nol yaitu Ha.

Temuan penelitian sebelumnya oleh Kevin Pratama (2020) menguatkan temuan penelitian ini. Hipotesis H0 dibantah, sedangkan Ha diterima, dengan nilai signifikan 0,000 < 0,05. Dapat dikatakan bahwa PT. Kepuasan pelanggan PLN (Persero) ULP3 dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh keluhan pelanggan.

Keluhan pelanggan (X2) memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap kepuasan pelanggan (Y), menurut temuan penelitian artinya Keluhan pelanggan berpengaruh positif pada Kepuasan pelanggan, jadi jika Keluhan pelanggan dilayani dengan baik maka berpengaruh pada tingkat kepuasan pelanggan pula.

### **Pengaruh Kualitas Layanan (X1) dan Keluhan Pelanggan (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)**

Hasil uji F menunjukkan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 ketika menguji pengaruh variabel Pengaduan Pelanggan (X2) dan Kualitas Pelayanan (X1) secara terpisah atau bersama-sama terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Dalam hal ini, hipotesis alternatif (Ha) diterima dan hipotesis nol (Ho) dibantah. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada PT. PLN (Persero) ULP Ampera Palembang, Kepuasan Pelanggan (Y) secara signifikan dipengaruhi oleh pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Pengaduan Pelanggan (X2).

Hal ini bersamaan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nuraeni (2016) dan Kevin Pratama (2020) yang menyatakan nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05 hasil pengujian bahwa variabel layanan dan keluhan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen atau pelanggan.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa hasil kualitas layanan secara signifikan dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan dan keluhan pelanggan jika kualitas pelayanan dan keluhan pelanggan dilayani dengan baik maka akan diperoleh kepuasan oleh pelanggan itu sendiri sehingga sangat diperlukan bagi PT.PLN (Persero) ULP Ampera Palembang meningkatkan kinerja pada perusahaan tersebut untuk memperoleh kepuasan bagi para pelanggan

## **E. KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah di uraikan pada bab sebelumnya, sehingga dapat di simpulkan sebagai berikut :

1. Dari hasil pengujian hipotesis (Uji t) secara parsial antara variabel pengaruh Kualitas Layanan (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dilihat dari nilai sebesar 0,589 > 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara Kepuasan Pelanggan (Y) dan Kualitas Pelayanan (X1) hanya bersifat positif sebagian yang terdapat pada PT. PLN (Persero) ULP Ampera Palembang.



2. Berdasarkan temuan pengujian hipotesis secara parsial (uji t), dapat disimpulkan bahwa keluhan pelanggan (X2) memiliki pengaruh yang bervariasi terhadap kepuasan pelanggan (Y), dengan rentang nilai 0,000–0,05. Hal ini menunjukkan bahwa di PT. PLN (Persero) ULP Ampera Palembang terdapat hubungan positif yang cukup besar antara pengaruh keluhan pelanggan (X2) dengan kepuasan pelanggan (Y).
3. Nilai signifikan 0,000 0,05 diperoleh dari hasil pengujian hipotesis Uji F antara variabel Pengaduan Pelanggan (X2) dan Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) baik diuji secara terpisah maupun secara bersamaan. Oleh karena itu di PT. PLN (Persero) ULP Ampera Palembang, Kepuasan Pelanggan (Y) sangat dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan (X1) dan Pengaduan Pelanggan (X2) secara bersamaan.

### DAFTAR PUSTAKA

- Barokah , I., Sularso, A., & Handiana, T. (2020). Manajemen Pemasaran Pariwisata dan Indikator pengukuran. Yogyakarta: Samudra Biru.
- Candrianto. (2021). Kepuasan Pelanggan Suatu Pengantar. Malang: Literasi Nusantara.
- Kurniasih, D. (2021). Kepuasan Konsumen. Banten: Bintang Sembilan Visitama
- Muspiha. (2023). Platfrom Digital Harga , Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan. malang: Rena Cipta Mandiri.
- Putri, R., & Rosmalia, D. (2022). Metodologi Penelitian Sosial. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Riyanto, S. (2020). Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian dibidang Manajemen, Teknik , Pendidikan, dan Eksperimen Yogyakarta : Deepublish.
- Rohaeni, h., & marwa, n. (2018). Andrian , Nursal, F. M., Hadita, & Jayawardana. (2022). Manajemen Pemasaran. Bandung:
- Sugiyono. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D . Bandung : Alfabeta Bandung.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Pendidikan . Bandung: Alfabeta.
- Suleman, D. (2022). Manajemen Pemasaran di era Digital ( Konsep dan Strategi) . Solok : Insan Cendekia Mandiri.