

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN GANTI METER PASCABAYAR DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA ULP PULANG PISAU KALIMANTAN TENGAH

Sadikin¹, Syahrial Shaddiq², Khuzaini³, Zakky Zamrudi⁴

Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari (UNISKA)^{1,3,4}

Universitas Lambung Mangkurat (ULM)²

Email: sadikn.sldf@gmail.com

Informasi

Abstract

Volume : 3
Nomor : 5
Bulan : Mei
Tahun : 2026
E-ISSN : 3062-9624

Service is a crucial element in efforts to increase customer satisfaction. Essentially, this service position is a supporting factor for PT. PLN (Persero)'s marketing activities. In order to improve the electricity supply services provided by PT. PLN (Persero) to the public in general and customers in particular. The purpose of this study is to test and analyze: 1. The influence of postpaid meter replacement service quality on customer satisfaction at ULP Pulang Pisau, Central Kalimantan. 2. The influence of company image on customer satisfaction at ULP Pulang Pisau, Central Kalimantan. 3. The influence of postpaid meter replacement service quality and company image on customer satisfaction at ULP Pulang Pisau, Central Kalimantan. This study employed a quantitative descriptive method. The population consisted of 280 customers who replaced postpaid meters at the Pulang Pisau ULP in Central Kalimantan. The sample size was determined using the Slovin formula, resulting in 74 customers. The sampling technique used was accidental sampling. Simple linear regression was used for data analysis. Based on the research results, the results of this study indicate that: 1. The quality of postpaid meter replacement services partially has a significant effect on customer satisfaction at the Pulang Pisau Central Kalimantan ULP. 2. Company image partially has a significant effect on customer satisfaction at the Pulang Pisau Central Kalimantan ULP. 3. The quality of postpaid meter replacement services and company image simultaneously have a significant effect on customer satisfaction at the Pulang Pisau Central Kalimantan ULP.

Keyword: Service Quality, Corporate Image, and Customer Satisfaction

Abstrak

Pelayanan merupakan unsur yang sangat penting di dalam usaha meningkatkan kepuasan pelanggan. Pada dasarnya posisi pelayanan ini merupakan faktor pendukung terhadap aktivitas pemasaran jasa PT. PLN (Persero). Dalam rangka meningkatkan pelayanan penyediaan tenaga listrik oleh PT. PLN (Persero) kepada masyarakat pada umumnya dan pelanggan pada khususnya. Tujuan Penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis: 1. Pengaruh kualitas pelayanan ganti meter pascabayar berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada ULP Pulang Pisau Kalimantan Tengah. 2. Pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan pada ULP Pulang Pisau Kalimantan Tengah. 3. Pengaruh kualitas pelayanan ganti meter pascabayar dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan pada ULP Pulang Pisau Kalimantan Tengah. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang mengganti meter pascabayar pada ULP Pulang Pisau Kalimantan Tengah yang berjumlah 280 orang. Sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus slovin, dengan hasil 74 pelanggan. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan accidental sampling. Teknik analisis data menggunakan regresi linier sederhana. Berdasarkan hasil penelitian hasil penelitian ini menunjukkan

bahwa: 1. Kualitas pelayanan ganti meter pascabayar secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada ULP Pulang Pisau Kalimantan Tengah. 2. Citra perusahaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada ULP Pulang Pisau Kalimantan Tengah. 3. Kualitas pelayanan ganti meter pascabayar dan citra perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada ULP Pulang Pisau Kalimantan Tengah.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, dan Kepuasan Pelanggan

A. PENDAHULUAN

PT. PLN (Persero) merupakan salah satu Perusahaan Milik Negara yang memberikan pelayanan kepada pelanggan dan masyarakat dalam penyediaan jasa yang berhubungan dengan penjualan tenaga listrik di Indonesia. Peningkatan kebutuhan listrik melonjak dengan tinggi dan cepat, khususnya kebutuhan bagi industri dan diiringi pula dengan standar tingkat kepuasan masyarakat menjadi lebih tinggi lagi sebagai akibat dari meningkatnya pendapatan masyarakat yang maju dan modern. Dalam melakukan kegiatannya, PT. PLN (Persero) menyediakan bagian pelayanan pelanggan yang tugasnya memberikan pelayanan yang dibutuhkan oleh setiap pelanggan.

Pelayanan merupakan unsur yang sangat penting di dalam usaha meningkatkan kepuasan pelanggan. Pada dasarnya posisi pelayanan ini merupakan faktor pendukung terhadap aktivitas pemasaran jasa PT. PLN (Persero). Dalam rangka meningkatkan pelayanan penyediaan tenaga listrik oleh PT. PLN (Persero) kepada masyarakat pada umumnya dan pelanggan pada khususnya.

Tjiptono (2020:59) Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan. Apabila jasa atau pelayanan yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa atau pelayanan yang diterima melampaui harapan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa atau pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan buruk

Tenaga listrik mempunyai peran yang sangat penting dan strategis dalam mewujudkan tujuan pembangunan nasional. Usaha penyediaan tenaga listrik dikuasai oleh negara dan penyediaannya perlu terus ditingkatkan sejalan dengan perkembangan pembangunan agar tersedia tenaga listrik dalam jumlah yang cukup, merata, dan bermutu. Untuk itu PT. PLN (Persero) memberikan perhatian khusus kepada kegiatan pelayanan dalam hal pemenuhan kebutuhan pelanggan agar dalam pelaksanaannya dapat memuaskan pelanggannya.

Kebutuhan akan energi listrik adalah kebutuhan primer bagi masyarakat modern, baik untuk keperluan rumah tangga, bisnis, maupun industri. Sebagai penyedia utama layanan kelistrikan, perusahaan listrik (misalnya PLN) dituntut untuk memberikan pelayanan yang optimal dan berkualitas. Salah satu aspek layanan yang krusial bagi pelanggan pascabayar adalah proses penggantian meteran listrik, baik karena kerusakan, usia pakai, atau peningkatan teknologi.

Namun, sering kali proses penggantian meteran ini tidak berjalan mulus dan menimbulkan ketidakpuasan di kalangan pelanggan. Keluhan yang muncul dapat bervariasi, mulai dari ketidakpastian jadwal penggantian, kesalahan pencatatan setelah penggantian, hingga lambatnya respons dari pihak penyedia jasa. Masalah-masalah ini dapat merusak citra perusahaan dan menurunkan tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

Siadar (2021) citra perusahaan sebagai kesan yang diperoleh berdasarkan pengetahuan dan pengalaman seseorang terhadap sebuah perusahaan. Citra adalah efek jangka panjang bagi perusahaan, yang berarti citra yang dibangun oleh perusahaan tidak memberikan dampak langsung, melainkan memerlukan waktu yang relatif lama untuk terbentuk. Citra perusahaan merupakan hasil dari proses yang panjang dan berkelanjutan, yang dipengaruhi oleh berbagai faktor dan membutuhkan waktu untuk terbentuk atau berubah. Perusahaan perlu secara konsisten bekerja untuk membangun dan mempertahankan citra positif agar dapat menikmati manfaatnya di masa depan.

Di tengah persaingan pasar yang semakin ketat, di mana pelanggan dapat beralih ke produk prabayar, kualitas pelayanan menjadi faktor kunci untuk mempertahankan loyalitas pelanggan pascabayar. Oleh karena itu, penting untuk mengukur dan menganalisis sejauh mana kualitas pelayanan dalam proses ganti meter pascabayar dapat memengaruhi kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam bagaimana dimensi-dimensi kualitas pelayanan memengaruhi persepsi dan kepuasan pelanggan dalam konteks penggantian meter listrik pascabayar.

Berdasarkan hasil observasi awal di ULP Pulang Pisau Kalimantan Tengah yang menyatakan bahwa listrik prabayar di ULP Pulang Pisau Kalimantan Tengah adalah layanan listrik yang memungkinkan pelanggan untuk mengelola pemakaian listrik sesuai kebutuhan dan keinginan mereka. Pelanggan dapat membeli token listrik sebelumnya dan mengisi daya listrik ke meteran mereka. Melalui program listrik prabayar, pelanggan dapat memantau pemakaian listrik sehari-hari dan membeli pulsa listrik yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Dengan demikian, listrik Prabayar memberikan fleksibilitas dan kontrol yang lebih besar kepada pelanggan dalam mengelola penggunaan listrik mereka.

Perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan, seperti PT Perusahaan Listrik Negara (PLN), memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Salah satu layanan krusial yang diberikan adalah penggantian meter listrik pascabayar. Kepuasan pelanggan menjadi kunci keberhasilan perusahaan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan dan citra positif. Namun, dalam praktiknya, proses penggantian meter seringkali menghadapi berbagai tantangan yang berpotensi memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

Namun realita saat ini, meskipun sistem Prabayar menawarkan keuntungan seperti kontrol yang lebih besar terhadap penggunaan listrik, pengisian ulang yang mudah, dan pengelolaan anggaran yang lebih baik, masih terdapat permasalahan terkait kualitas layanan. Beberapa pelanggan mungkin sering mengalami mati listrik, kesulitan teknis, atau masalah dengan pusat pengisian daya. Faktor-faktor ini dapat berdampak langsung atau tidak langsung pada pengalaman pelanggan. Faktor-faktor ini saling terkait dan dapat bervariasi tergantung pada wilayah geografis, kondisi infrastruktur, dan regulasi yang berlaku.

Fenomena yang kerap muncul terkait layanan penggantian meter pascabayar meliputi lamanya waktu tunggu, kurangnya kejelasan informasi, prosedur yang berbelit, dan kurangnya komunikasi yang efektif dari pihak perusahaan. Ketika pelanggan mengalami pengalaman negatif selama proses ini, persepsi mereka terhadap kualitas pelayanan secara keseluruhan akan menurun, yang pada akhirnya dapat mengurangi tingkat kepuasan.

Selain kualitas pelayanan, citra perusahaan juga memainkan peranan signifikan dalam membentuk kepuasan pelanggan. Citra positif yang terbangun dari reputasi, persepsi publik, dan interaksi sebelumnya akan menjadi bekal kepercayaan pelanggan. Sebaliknya, jika citra perusahaan buruk karena berbagai alasan, termasuk kurang optimalnya layanan, maka pelanggan akan cenderung lebih kritis dan mudah merasa tidak puas. Oleh karena itu, penting untuk menganalisis bagaimana kualitas pelayanan dalam proses penggantian meter pascabayar dan citra perusahaan secara bersama-sama memengaruhi kepuasan pelanggan.

Perkembangan teknologi khususnya smart meter dan aplikasi mobile memberikan peluang peningkatan kualitas layanan listrik Prabayar. Namun, pada saat yang sama, potensi kendala teknis yang mungkin timbul juga harus diatasi. Oleh sebab itu perusahaan seperti ULP Pulang Pisau Kalimantan Tengah perlu terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi agar dapat memberikan pelayanan yang optimal.

Dalam mengatasi faktor masalah tersebut, PT. PLN telah memberikan atau menyediakan informasi dan aplikasi untuk mengatasi masalah-masalah tersebut, informasi dan aplikasi tersebut diantaranya dengan menghubungi nomor layanan *customer service* pusat. Layanan tersebut dapat diakses melalui nomor *call center* PLN yaitu 123. Nomor layanan ini bisa diakses selama 24 jam setiap hari dan bebas pulsa. Selain itu, PLN juga membuka akses pengaduan lewat aplikasi PLN *Mobile*.

Berdasarkan pada permasalahan ini peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Ganti Meter Pascabayar dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada ULP Pulang Pisau Kalimantan Tengah”.

Perumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan ganti meter pascabayar secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada ULP Pulang Pisau Kalimantan Tengah?
2. Apakah citra perusahaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada ULP Pulang Pisau Kalimantan Tengah?
3. Apakah kualitas pelayanan ganti meter pascabayar dan citra perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada ULP Pulang Pisau Kalimantan Tengah?

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan ganti meter pascabayar berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada ULP Pulang Pisau Kalimantan Tengah.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan pada ULP Pulang Pisau Kalimantan Tengah.
3. Untuk menguji dan menganalisis kualitas pelayanan ganti meter pascabayar dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan pada ULP Pulang Pisau Kalimantan Tengah.

TINJAUAN PUSTAKA

Pelayanan Publik

1. Pengertian Pelayanan Publik

Pelayanan publik adalah segala kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan dasar sesuai hak-hak dasar setiap warga negara dan penduduk atas suatu barang, jasa dan atau pelayanan administrasi yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan yang terkait dengan

kepentingan publik. Penyelenggara pelayanan publik adalah lembaga dan petugas pelayanan publik baik Pemerintah Daerah maupun Badan Usaha Milik Daerah yang menyelenggarakan pelayanan publik. Penerima Layanan Publik adalah perseorangan atau sekelompok orang dan atau badan hukum yang memiliki hak dan kewajiban terhadap suatu pelayanan publik.

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2009 Tentang Pelayanan Publik. Pelayanan publik adalah kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik.

Mulyadi (2019:39) Pelayanan publik merupakan suatu elemen yang sangat penting dalam penyelenggaraan pemerintahan. Pelayanan publik secara sederhana dapat dipahami sebagai pelayanan yang diselenggarakan oleh pemerintah. Pelayanan publik dapat diartikan sebagai pemberian pelayanan (melayani) keperluan orang atau masyarakat yang mempunyai kepentingan pada organisasi itu sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yang telah ditetapkan. Pengertian lain pelayanan publik merupakan pelayanan negara untuk memenuhi kebutuhan dasar dan hak-hak sipil setiap warga negara atas barang, jasa dan pelayanan administrasi yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik (Sujardi, 2018:7).

Keputusan Menteri Pemberdayaan Aparatur Negara No.14 tahun 2017 menyebutkan bahwa pelayanan publik adalah segala kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh penyelenggara pelayanan publik sebagai upaya pemenuhan kebutuhan penerima pelayanan, maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan.

2. Bentuk-Bentuk Pelayanan Publik

Dalam pelayanan publik pemerintah merupakan pihak pemberi layanan kepada masyarakat. didalam pelaksanaannya pelayanan ini terdiri dari beberapa bentuk. Moenir (2020:90) bentuk pelayanan itu terdiri dari :

a. Pelayanan lisan

Pelayanan dengan lisan dilakukan oleh petugas-petugas dibidang hubungan masyarakat, dibidang layanan informasi dan dibidang-bidang lainnya yang tugasnya memberikan penjelasan atau keterangan kepada siapapun yang memerlukan.

b. Pelayanan berbentuk tulisan

Pelayanan ini merupakan jenis pelayanan dengan memberikan penjelasan melalui tulisan didalam pengelolaan masalah masyarakat.

c. Pelayanan berbentuk perbuatan

Dalam kenyataan sehari-hari jenis layanan ini memang tidak terhindar dari layanan lisan, jadi antara layanan perbuatan dan layanan lisan sering bergabung. Hal ini disebabkan karena hubungan lisan paling banyak dilakukan dalam hubungan layanan secara umum

Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Berdasarkan pada Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 19 Tahun 2021 tentang Pedoman Umum Penyelenggara Pelayanan Publik, Pelayanan Publik adalah segala kegiatan pelayanan yang dilakukan oleh penyelenggara pelayanan publik sebagai upaya pemenuhan kebutuhan penerima pelayanan maupun pelaksanaan ketentuan perundang-undangan.

Pelayanan Publik adalah segala kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh penyelenggara pelayanan publik sebagai upaya pemenuhan kebutuhan penerima layanan, maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan. Selanjutnya menurut Undang-undang No.25 tahun 2009, pelayanan publik adalah kegiatan atau rangkaian dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga Negara dan Penduduk atas barang, jasa atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik.

Pelaksanaan pelayanan dapat diukur, oleh karena itu dapat ditetapkan standar baik dalam hal waktu yang diperlukan maupun hasilnya. Dengan adanya standar manajemen dapat merencanakan, melaksanakan, mengawasi dan mengevaluasi kegiatan pelayanan, agar supaya hasil akhir memuaskan pada pihak-pihak yang mendapatkan layanan.

Tjiptono (2020:59) Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan. Apabila jasa atau pelayanan yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa atau pelayanan yang diterima melampaui harapan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa atau pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan buruk.

2. Pengukuran Kualitas Pelayanan

Tjiptono (2020:69), melakukan penelitian khusus terhadap beberapa jenis pelayanan dan mengidentifikasi lima dimensi untuk menilai kualitas pelayanan tersebut adalah:

- a. Reabilitas (*reability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
- b. Daya tanggap (*responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para pegawai untuk membantu para masyarakat dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.
- c. Jaminan (*assurance*), yaitu perilaku para pegawai mampu menumbuhkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan, dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para masyarakat nya.
- d. Empati (*empathy*) berarti perusahaan memahami masalah para masyarakatnya dan bertindak demi kepentingan masyarakat, serta memberikan perhatian personal kepada para masyarakat dan memiliki jam operasional yang nyaman.
- e. Bukti Fisik (*tangible*), berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan serta penampilan pegawai.

3. Faktor Pendukung Pelayanan

Terdapat enam faktor yang mendukung terlaksananya pelayanan yang baik dan memuaskan Moenir (2020: 88) antara lain:

- a. Faktor Kesadaran

Suatu proses berpikir melalui metode renungan, pertimbangan dan perbandingan, sehingga menghasilkan keyakinan, ketenangan, ketetapan hati dan keseimbangan dalam jiwanya sebagai pangkal tolak untuk perbuatan dan tindakan yang akan dilakukan kemudian.

- b. Faktor Aturan

Aturan adalah perangkat penting dalam segala tindakan dan perbuatan orang. Makin maju dan majemuk suatu masyarakat makin besar peranan aturan dan dapat dikatakan orang tidak dapat hidup layak dan tenang tanpa aturan.

- c. Faktor Organisasi

Organisasi pelayanan pada dasarnya tidak berbeda dengan organisasi pada umumnya tetapi ada sedikit perbedaan dalam penerapannya, karena sasaran pelayanan ditujukan secara khusus kepada manusia yang mempunyai watak dan kehendak multi kompleks.

- d. Faktor Pendapatan

Pendapatan ialah seluruh penerimaan seseorang sebagai imbalan atas tenaga dan/atau pikiran yang telah dicurahkan untuk orang lain atau badan/organisasi, baik dalam bentuk uang, natura maupun fasilitas, dalam jangka waktu tertentu

e. Faktor Kemampuan dan Keterampilan

Kemampuan berasal dari kata dasar mampu yang dalam hubungan dengan tugas/pekerjaan berarti dapat (kata sifat/keadaan) melakukan tugas/pekerjaan sehingga menghasilkan barang atau jasa sesuai dengan yang diharapkan. Kata jadian kemampuan dengan sendirinya juga kata sifat/keadaan yang ditujuka pada sifat atau keadaan seseorang yang dapat melaksanakan tugas/pekerjaan atas dasar ketentuan-ketentuan yang ada.

f. Faktor Sarana Pelayanan

Sarana pelayanan yang dimaksud disini ialah segala jenis peralatan, perlengkapan kerja dan fasilitas lain yang berfungsi sebagai alat utama/pembantu dalam pelaksanaan pekerjaan, dan juga berfungsi sosial dalam rangka kepentingan orang-orang yang sedang berhungan dengan organisasi kerja itu.

4. Indikator Kualitas Pelayanan

Untuk mengetahui kualitas pelayanan dapat diukur dengan menggunakan teori Zeithml dalam Berry (2020:26) yaitu:

a. *Tangibel*

Yaitu bukti fisik, peralatan, pegawai dan fasilitas komunikasi yang dimiliki oleh penyedia layanan.

b. *Reliability* atau Kehandalan

Adalah kehandalan kemampuan untuk menyelenggarakan pelayanan yang dijanjikan secara akurat.

c. *Responsiveness* atau Responsivitas

Adalah daya tanggap kerelaan untuk menolong penggunaan layanan dan menyelenggarakan pelayanan secara Ikhlas.

d. *Assurance*

Adalah jaminan pengetahuan, kesopanan dan kemampuan para petugas penyediaan layanan dalam memberi kepercayaan kepada pengguna layanan.

e. *Emphaty*

Adalah empati kemampuan memberikan perhatian kepada pengguna layanan secara individual.

B. METODE PENELITIAN

1. Pendekatan Penelitian

Penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Ganti Meter Pascabayar dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada ULP Pulang Pisau Kalimantan Tengah, merupakan penelitian jenis kuantitatif.

2. Lokasi Penelitian

Lokasi diadakannya penelitian bertempat di ULP Pulang Pisau Kalimantan Tengah, yang beralamat di Jl. Tingang Menteng No.70, Pulang Pisau, Kec. Kahayan Hilir, Kabupaten Pulang Pisau, Kalimantan Tengah 73564.

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah seluruh objek atau subjek yang menjadi fokus penelitian, sedangkan bagian dari keseluruhan objek yang diambil dan dianggap mewakili populasi disebut sampel penelitian (Imam Machali, 2021). Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang mengganti meter pascabayar pada ULP Pulang Pisau Kalimantan Tengah dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Populasi Penelitian

No	Bulan	Jumlah
1	Juli	90
2	Agustus	112
3	September	78
Total		280

Sumber: ULP Pulang Pisau Kalimantan Tengah (2025)

b. Sampel

Menurut Sugiyono (2019:85) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel dalam penelitian ini populasi yang berjumlah 280 orang pelanggan mengganti meter pascabayar pada ULP Pulang Pisau Kalimantan Tengah, kemudian dihitung menggunakan rumus slovin.

Maka diketahui sampel dalam penelitian ini populasi yang berjumlah 74 orang pelanggan mengganti meter pascabayar pada ULP Pulang Pisau Kalimantan Tengah. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *accidental sampling*. Sugiyono (2019:85) *accidental sampling* adalah mengambil responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data.

5. Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode analisis data kuantitatif dengan menggunakan metode regresi linear berganda. Regresi linear berganda merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependent.

Dalam contoh penelitian ini uji regresi linear berganda dilakukan untuk mendapatkan gambaran bagaimana variabel independen yang meliputi pendapatan asli daerah, belanja tak terduga, dan belanja modal mempengaruhi variabel dependen yaitu kinerja keuangan daerah dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05. Analisis dilakukan dengan mengolah data melalui program IBM SPSS 25.0. Metode analisis data yang akan digunakan adalah uji statistik uji instrumen penelitian validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, model regresi linear berganda dan uji hipotesis

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana:

- Y : Kepuasan Pelanggan
- X₁ : Kualitas Pelayanan Ganti Meter Pascabayar
- X₂ : Citra Perusahaan
- a : Konstanta
- b₁ : Koefisien regresi Kualitas Pelayanan Ganti Meter Pascabayar
- b₂ : Koefisien regresi Citra Perusahaan
- e : *Standart of Error*

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kualitas pelayanan ganti meter pascabayar secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada ULP Pulang Pisau Kalimantan Tengah

Kualitas pelayanan merupakan faktor utama yang menentukan tingkat kepuasan pelanggan, khususnya dalam layanan penggantian meter pascabayar pada ULP Pulang Pisau Kalimantan Tengah. Pelanggan mengharapkan proses pelayanan yang cepat, mudah, jelas, dan memberikan rasa nyaman selama proses penggantian meter berlangsung. Namun, berdasarkan hasil observasi awal, masih ditemukan berbagai kendala seperti lamanya waktu tunggu, prosedur pelayanan yang dianggap berbelit, kurangnya informasi yang jelas, serta kurang optimalnya komunikasi antara petugas dan pelanggan.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan langsung dengan kepuasan pelanggan. Semakin baik pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi

pula tingkat kepuasan pelanggan. Sebaliknya, apabila terdapat pelayanan yang diterima tidak sesuai harapan, pelanggan akan merasa kecewa dan tingkat kepuasan menurun. Dalam teori SERVQUAL, kualitas pelayanan diukur melalui lima dimensi yaitu *tangible* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati). Apabila kelima dimensi ini berjalan dengan baik, maka pelanggan akan merasa puas terhadap layanan yang diberikan.

Pada konteks ULP Pulang Pisau, petugas yang responsif, proses penggantian meter yang tepat waktu, serta informasi yang jelas mengenai prosedur dan biaya akan meningkatkan persepsi positif pelanggan terhadap pelayanan PLN. Oleh karena itu, kualitas pelayanan ganti meter pascabayar secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Citra perusahaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada ULP Pulang Pisau Kalimantan Tengah

Citra perusahaan merupakan persepsi masyarakat terhadap reputasi, profesionalisme, dan kredibilitas suatu perusahaan dalam memberikan pelayanan. Pada PT PLN sebagai Perusahaan yang penyedia layanan listrik memiliki tanggung jawab besar dalam menjaga kepercayaan pelanggan melalui pelayanan yang konsisten dan berkualitas. Citra perusahaan yang baik akan membentuk keyakinan pelanggan bahwa perusahaan mampu memberikan pelayanan terbaik.

Dalam praktiknya, pelanggan tidak hanya menilai dari pelayanan langsung yang diterima, tetapi juga dari bagaimana perusahaan merespons keluhan, menyelesaikan masalah, serta memberikan solusi yang cepat dan tepat. Jika pelanggan memandang PLN sebagai perusahaan yang profesional, bertanggung jawab, dan peduli terhadap kebutuhan masyarakat, maka pelanggan akan lebih mudah merasa puas.

Sebaliknya, apabila citra perusahaan buruk akibat seringnya gangguan listrik, lambatnya penanganan keluhan, ataupun kurangnya transparansi informasi, maka pelanggan akan lebih kritis dan mudah merasa tidak puas. Oleh sebab itu, citra perusahaan memiliki pengaruh penting terhadap kepuasan pelanggan.

Adanya inovasi layanan seperti *call center* PLN 123 yang aktif selama 24 jam dan aplikasi PLN Mobile menjadi salah satu upaya perusahaan dalam memperkuat citra positif perusahaan. Kemudahan akses layanan tersebut menunjukkan bahwa perusahaan berusaha memberikan pelayanan yang modern, cepat, dan responsif. Dengan demikian, citra perusahaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan ganti meter pascabayar dan citra perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada ULP Pulang Pisau Kalimantan Tengah

Kualitas pelayanan dan citra perusahaan merupakan dua variabel yang saling berkaitan dan secara bersama-sama memengaruhi kepuasan pelanggan. Pelayanan yang baik akan membentuk citra perusahaan yang positif, sedangkan citra perusahaan yang baik akan memperkuat kepercayaan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan.

Dalam layanan penggantian meter pascabayar, pelanggan tidak hanya menilai kecepatan dan ketepatan pelayanan, tetapi juga menilai bagaimana perusahaan secara keseluruhan menjalankan tanggung jawabnya kepada masyarakat. Jika pelanggan merasakan pelayanan yang baik dan memiliki persepsi positif terhadap perusahaan, maka tingkat kepuasan akan meningkat secara signifikan.

Sebaliknya, apabila kualitas pelayanan rendah dan citra perusahaan negatif, maka pelanggan akan merasa kecewa dan tingkat kepuasan menurun. Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut tidak dapat dipisahkan dalam menciptakan kepuasan pelanggan.

PT PLN ULP Pulang Pisau Kalimantan Tengah perlu meningkatkan kualitas pelayanan melalui perbaikan prosedur pelayanan, peningkatan kompetensi petugas, pemanfaatan teknologi digital, serta komunikasi yang efektif dengan pelanggan. Di sisi lain, perusahaan juga harus menjaga citra positif melalui transparansi pelayanan, kecepatan penanganan keluhan, dan konsistensi dalam memberikan pelayanan terbaik.

Dengan demikian, kualitas pelayanan ganti meter pascabayar dan citra perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada ULP Pulang Pisau Kalimantan Tengah. Kedua faktor ini menjadi kunci utama dalam menciptakan kepuasan pelanggan yang berkelanjutan.

D. KESIMPULAN

Penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Ganti Meter Pascabayar dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan pada ULP Pulang Pisau Kalimantan Tengah, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan ganti meter pascabayar secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada ULP Pulang Pisau Kalimantan Tengah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, seperti

- kecepatan pelayanan, kejelasan informasi, ketepatan proses, serta sikap responsif petugas, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan.
2. Citra perusahaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada ULP Pulang Pisau Kalimantan Tengah. Artinya, semakin positif citra perusahaan yang terbentuk melalui reputasi yang baik, profesionalisme, tanggung jawab, dan kepercayaan masyarakat terhadap PT PLN, maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan.
 3. Kualitas pelayanan ganti meter pascabayar dan citra perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada ULP Pulang Pisau Kalimantan Tengah. Kedua variabel tersebut saling mendukung dalam menciptakan kepuasan pelanggan, sehingga peningkatan pelayanan dan pembentukan citra perusahaan yang positif harus dilakukan secara bersamaan

SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan diatas, maka ada beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi PT PLN ULP Pulang Pisau Kalimantan Tengah, perlu meningkatkan kualitas pelayanan khususnya dalam proses penggantian meter pascabayar dengan cara mempercepat waktu pelayanan, menyederhanakan prosedur, memberikan informasi yang jelas dan transparan, serta meningkatkan kemampuan komunikasi petugas agar pelanggan merasa lebih nyaman.
2. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan seperti harga, loyalitas pelanggan, kepercayaan pelanggan, atau kualitas sistem digital pelayanan agar hasil penelitian menjadi lebih luas dan komprehensif.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Moenir, H, A,S. 2020. Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia. Jakarta: Bumi Aksara
- Mulyadi, D. 2019. Studi Kebijakan Dan Pelayanan Publik. Bandung: Alfabeta
- Siadari, K., & Lutfi, A. 2021. Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Layanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Penggunaan BNI Mobile Banking Studi Kasus BNI Kantor Cabang Harmoni. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(2), 155-160
- Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono Fandy dan Diana Anastasia. 2020. Pemasaran. Yogyakarta: Andi