

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN DENGAN SISTEM PRABAYAR (TOKEN) PADA PT. PLN (PERSERO) DISTRIBUSI JAWA BARAT

THE EFFECT OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION AND CUSTOMER LOYALTY WITH PRIVATE SYSTEM (TOKEN) IN. PLN (PERSERO) DISTRIBUTION OF WEST JAVA

Lutfan Haykal Defarizi , Putu Nina Madiawati

Prodi SI Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom
Lutfanhaykal10@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Kualitas Pelayanan yang ada pada PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat, untuk mengetahui Kepuasan Pelanggan pada PT. PLN Distribusi Jawa Barat, untuk mengetahui Loyalitas Pelanggan pada PT. PLN Distribusi Jawa Barat, untuk mengetahui Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Sistem Prabayar (Token) pada PT. PLN Distribusi Jawa Barat, untuk mengetahui Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Sistem Prabayar (Token) pada PT. PLN Distribusi Jawa Barat, untuk mengetahui kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan loyalitas Pelanggan dengan Sistem Prabayar (Token) pada PT. PLN Distribusi Jawa Barat. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif kausalitas. Pengambilan sampel dilakukan dengan *nonprobability sampling* dengan jenis *purposive sampling*, menggunakan rumus Arikunto, dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis path (analisis jalur). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat memiliki presentase sebesar 72,06%, nilai tersebut termasuk kedalam kategori tinggi. Sedangkan kepuasan pelanggan PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat memiliki presentase sebesar 71,3%, nilai tersebut termasuk kedalam kategori tinggi. Dan loyalitas pelanggan PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat memiliki presentase sebesar 72,36%, nilai tersebut kedalam kategori tinggi. Pengaruh parsial kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 72,4%. Pengaruh parsial kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 65,1%. Pengaruh parsial kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 70,4%. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan sebesar 83,9%. Kesimpulan penelitian ini, kualitas pelayanan dengan sistem Prabayar (Token) pada PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat sudah masuk kedalam kategori baik, namun ada beberapa hal yang harus di perbaiki, seperti assurance atau jaminan akan ketepatan pengukuran KWh listrik sehingga masyarakat tidak perlu merasa dirugikan dengan kesalahan sistem Prabayar ini. Kualitas pelayanan sepenuhnya mempengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan jawaban terhadap kegunaan teoritis meliputi kontribusi, pengembangan keilmuan, dan penelitian selanjutnya.

Kata Kunci: Kualitas pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas pelanggan

ABSTRACT

The purpose of this study is to find out and analyze the quality of services that exist at PT. PLN (Persero) Distribution West Java, to find out Customer Satisfaction at PT. PLN West Java Distribution, to find out Customer Loyalty at PT. PLN West Java Distribution, to find out the Quality of Service for Customer Satisfaction with Prepaid Systems (Tokens) at PT. PLN West Java Distribution, to find out the Service Quality of Customer Loyalty with Prepaid Systems (Tokens) at PT. PLN West Java Distribution, to find out the quality of service to customer satisfaction and loyalty with a Prepaid

System (Token) at PT. PLN West Java Distribution. This study uses a quantitative method with the type of descriptive causality research. Sampling is done by nonprobability sampling with purposive sampling type, using the Arikunto formula, with the number of respondents as many as 100 people. The data analysis technique used is descriptive analysis and path analysis (path analysis). The results showed that the quality of service of PT. PLN (Persero) Distribution West Java has a percentage of 72.06%, the value is included in the high category. While the customer satisfaction of PT. PLN (Persero) Distribution West Java has a percentage of 71.3%, the value is included in the high category. And the customer loyalty of PT. PLN (Persero) Distribution West Java has a percentage of 72.36%, the value is in the high category. The partial effect of service quality on customer satisfaction is 72.4%. The partial effect of service quality on customer loyalty is 65.1%. The partial effect of customer satisfaction on customer loyalty is 70.4%. The effect of service quality on customer satisfaction and customer loyalty is 83.9%. The conclusion of this study, the quality of service with the Prepaid system (Token) at PT. PLN (Persero) Distribution West Java has entered into the good category, but there are some things that must be corrected, such as assurance or guarantee of the accuracy of measurement of electricity KWh so that people do not need to feel disadvantaged by this Prepaid system error. Service quality fully influences customer satisfaction and customer loyalty. This research is expected to be able to provide answers to theoretical capabilities including contribution, scientific development, and subsequent research.

Keywords: *Service quality, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty*

1. Pendahuluan

Penyediaan tenaga listrik di Indonesia dimonopoli oleh sebuah perusahaan listrik negara atau yang biasa dikenal PLN yang mempunyai peranan penting dalam ketenagalistrikan Indonesia. PT PLN adalah perusahaan monopoli dikarenakan PT PLN tidak mempunyai pesaing, PT PLN hanya mempunyai beberapa anak-anak perusahaan yang membantu berkembangnya PLN kesuluruh penjuru Indonesia. Usaha PT PLN termasuk kedalam jenis monopoli. Hal ini karena PT PLN merupakan penjual atau produsen tunggal dan tanpa barang pengganti yang dekat, dan juga kemampuan PLN dalam menetapkan harga seberapa yang mereka inginkan.

Pertumbuhan jumlah pelanggan listrik Prabayar (Token) tiap bulannya kadang meningkat, kadang juga mengalami penurunan, dikarenakan masih banyak pelanggan yang melakukan migrasi dari sistem Prabayar (Token) ke sistem Pascabayar. PLN hanya menyediakan layanan listrik Prabayar (Token) jika pelanggan ingin melakukan pemasangan listrik baru karena pihak PLN menganggap layanan Prabayar (Token) lebih memudahkan PLN. Walaupun demikian, untuk sekarang ini pelanggan pascabayar masih memiliki jumlah pelanggan yang lebih banyak daripada pelanggan Prabayar (Token) dan para pelanggan Prabayar masih banyak yang melakukan migrasi ke sistem Pascabayar, dikarenakan pelanggan dapat terlebih dahulu memakai Listrik dan baru melakukan pembayaran di bulan berikutnya. Fenomena ini yang membuat penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan listrik Prabayar (Token) akan pelayanan yang diberikan oleh PLN. Dalam melakukan penelitian ini diambil judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan dengan Sistem Prabayar (Token) di PT. PLN Distribusi Jawa Barat”

Fenomena ini menjadi motivasi peneliti untuk melakukan penelitian ini, serta membuktikan apakah kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Dengan banyaknya pelanggan yang beralih dari sistem Prabayar (token) ke sistem Pascabayar. Mekanisme penelitian memutuskan untuk melakukan penelitian yg berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan dengan Sistem Prabayar (Token) di PT. PLN Distribusi Jawa Barat”

Identifikasi masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Kualitas Pelayanan pada PT. PLN Distribusi Jawa Barat?
2. Bagaimana Kepuasan Pelanggan pada PT. PLN Distribusi Jawa Barat?
3. Bagaimana Loyalitas pelanggan pada PT. PLN Distribusi Jawa Barat?
4. Berapa Besar Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. PLN Distribusi Jawa Barat?
5. Seberapa Besar Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Sistem Prabayar (Token) pada PT. PLN Distribusi Jawa Barat?

6. Seberapa Besar Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan dengan Sistem Prabayar (Token) pada PT. PLN Distribusi Jawa Barat?

2. Dasar Teori

2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan Parasuraman dalam Tjiptono (2014:282) mengidentifikasi sepuluh dimensi pokok yakni reliabilitas, daya tanggap, kompetensi, akses, kesopanan, komunikasi, kredibilitas, keamanan, kemampuan memahami pelanggan, dan bukti fisik. Namun pada penelitian berikutnya seluruh dimensi ini disempurnakan dan dirangkum menjadi lima dimensi saja. Kompetensi, kesopanan, kredibilitas, dan keamanan disatukan menjadi jaminan (*assurance*). Sedangkan akses, komunikasi, dan kemampuan memahami pelanggan dikategorikan sebagai empati (*emphaty*). Dengan demikian terdapat lima dimensi utama, yaitu:

a. Reliabilitas (*Reliability*)

Kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.

b. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Yaitu keinginan para staff untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan yang tanggap.

c. Jaminan (*Assurance*)

Mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf; bebas dari bahaya, resiko, atau keragu-raguan.

d. Bukti Fisik (*Tangibles*)

Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

2.2 Kepuasan Pelanggan

Dikatakan bahwa tidak ada satupun ukuran tunggal 'terbaik' mengenai kepuasan pelanggan yang disepakati secara universal dalam Tjiptono (2014:368). Meskipun demikian, ditengah beragamnya cara mengukur kepuasan pelanggan, terdapat kesamaan paling tidak dalam 3 konsep mengenai obyek pengukuran:

a. Konfirmasi Harapan

Dalam konsep ini, kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian/ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja actual produk perusahaan pada sejumlah atribut atau dimensi penting.

b. Niat Beli Ulang

Kepuasan pelanggan dapat diukur secara behavioral dengan jalan menanyakan apakah pelanggan akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi.

c. Kesiediaan untuk Merekomendasikan

Dalam kasus produk yang pembelian ulangnya relative lama atau bahkan hanya terjadi satu kali pembelian (seperti pembelian mobil, broker rumah, asuransi jiwa, tur keliling, dan sebagainya), kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindak lanjuti.

2.3 Loyalitas Pelanggan

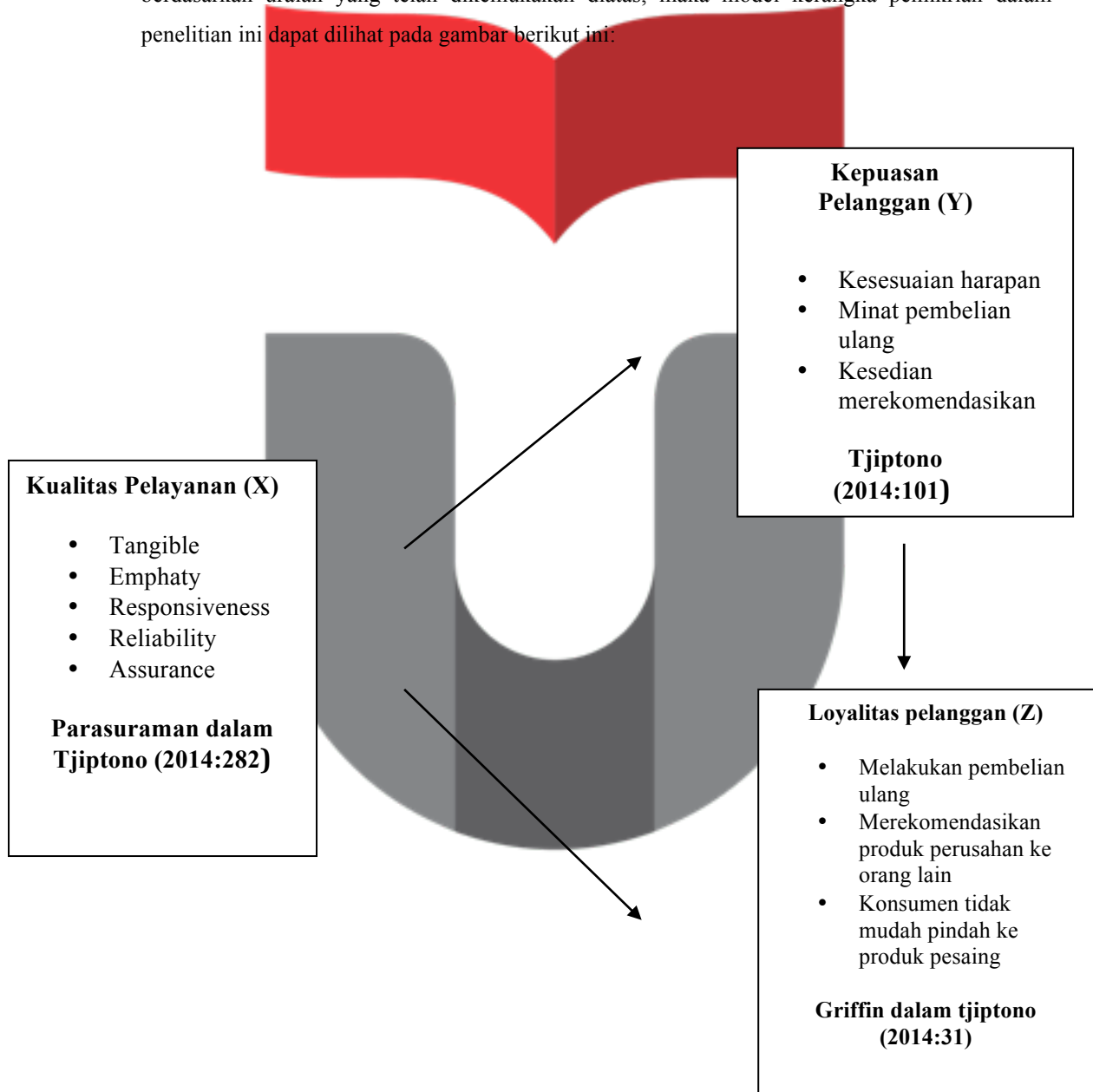
Perilaku setelah pembelian suatu produk ditentukan oleh kepuasan atau ketidakpuasan akan suatu produk sebagai akhir dari proses penjualan. Bagaimana perilaku pelanggan dalam melakukan pembelian kembali, bagaimana sikap pelanggan dalam mengekspresikan produk yang dipakainya, dan perilaku lain yang menggambarkan reaksi pelanggan atas produk yang telah dirasakannya. Menurut Griffin dalam Tjiptono (2014:31), karakteristik loyalitas pelanggan banyak dikaitkan dengan perilaku (*behavior*) daripada dengan sikap. Pelanggan yang loyal adalah :

a. Melakukan pembelian ulang (*makes regular repeat purchases*).

- b. Membeli produk lain dari produsen yang sama (*purchase across product and service line*).
- c. Merekomendasikan kepada orang lain.
- d. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing (*demonstrates an immunity to the full of the competition*).

2.4 Kerangka Pemikiran

berdasarkan uraian yang telah dikemukakan diatas, maka model kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut ini:



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

2.5 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah digambarkan, maka pada penelitian ini peneliti merumuskan hipotesis penelitian yaitu “Kualitas pelayanan dengan sistem Prabayar (Token) pada PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, dan juga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui Kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat”

2.6 Metodologi Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan ialah deskriptif kausalitas dengan metode kuantitatif. Populas dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat. Pada penelitian ini menggunakan teknik sampling *non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Sampel yang digunakan adalah 100 orang pelanggan PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan *Path Analysis*. Skala pengukuran dalam penelitian ini adalah skala likert.

3. Pembahasan

3.1 Uji Validitas dan Reabilitas

3.1.1 Uji Validitas

Uji validitas terhadap variabel kualitas layanan,kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan dapat dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$. 23 pernyataan untuk variabel kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan memiliki nilai lebih besar dari 0,361 atau lebih besar dari r_{tabel} . Jadi seluruh pernyataan pada kuesioner penelitian adalah valid dan dapat digunakan untuk mengukur variabel kualitas layanan,kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

3.1.2 Uji Reabilitas

jika koefisien reliabilitas α lebih besar dari 0,70. Pada Tabel 3.4 dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach Alpha* untuk variabel Kualitas pelayanan adalah 0,974 $> 0,70$ untuk variabel kepuasan pelanggan 0,866 $> 0,70$ dan variabel loyalitas pelanggan 0,948 $> 0,70$ maka seluruh pernyataan untuk variabel kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan dapat dikategorikan reliabel dan konsisten dalam memberikan penilaian pada kuesioner.

3.2 Teknik Analisa data

3.2.1 Analisa Deskriptif

a. Variabel Kualitas Pelayanan

Tabel 1 tanggapan responden mengenai variabel kualitas pelayanan

No. Item	Dimensi	Skor	Rata-Rata Presentase
1,2,3,4	<i>Tangible</i>	1466	73,3%
5,6	<i>Emphaty</i>	700	70%
7,8	<i>Responsiveness</i>	721	72,1%
9,10	<i>Reability</i>	723	72,3%
11,12,13,14	<i>Assurance</i>	1434	71,7%
Total Rata-Rata		5044	72,06%

Sumber: Data diolah peneliti (2019)

Dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X) termasuk ke dalam kategori Tinggi dengan nilai persentase sebesar 72,06%. Dengan demikian dapat dilihat bahwa Kualitas pelayanan dengan sistem Prabayar (Token) pada PT. PLN (Persero) dalam kategori baik.

b. Variabel Kepuasan pelanggan

Tabel 2 tanggapan responden mengenai variable kepuasan pelanggan

No. Item	Dimensi	Skor	Rata-Rata Presentase
15,16	Konfirmasi Harapan	707	70,7%
17	Niat beli ulang	358	71,6%
18	Kesedia merekomendasikan	361	72,7%
Total Rata-Rata		1426	71,3%

Sumber: Data diolah peneliti (2019)

Dapat disimpulkan bahwa variabel Kepuasan Pelayanan (Y) termasuk ke dalam kategori Tinggi dengan nilai persentase sebesar 71,3%. Dengan demikian dapat dilihat bahwa Kepuasan pelanggan dengan sistem Prabayar (Token) pada PT. PLN (Persero) dalam kategori baik.

Tabel 3 tanggapan responden mengenai variable loyalitas pelanggan

No. Item	Dimensi	Skor	Rata-Rata Presentase
19,20	Melakukan pembelian ulang	731	73,1
21	Membeli produk lain dari produse yang sama	362	72,4%
22	Merekomendasikan kepada orang lain	364	72,8%
23	Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing	352	72,8%
Total Rata-Rata		1809	72,36%

Sumber: Data diolah peneliti (2019)

Dapat disimpulkan bahwa variabel Loyalitas Pelayanan (Z) termasuk ke dalam kategori Tinggi dengan nilai persentase sebesar 72,36%. Dengan demikian dapat dilihat bahwa Loyalitas pelanggan dengan sistem Prabayar (Token) pada PT. PLN (Persero) dalam kategori baik.

3.3 Uji Path Analisis

Tabel 4 hasil uji Path Analysis X terhadap Y

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,110	,783		,140	,889
	Kualitas Pelayanan	,281	,015	,882	18,483	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil pengolahan peneliti, 2019

Berdasarkan hasil pengolahan data dari tabel 4 dapat dilihat bahwa nilai t dari hasil pengitungan datatertera dalam kelompok t menunjukkan adanya hubungan antara variabel kualitas

pelayanan dengan kepuasan pelanggan sebesar 18,483, berarti terdapat hubungan signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan.

Tabel 5 hasil uji Path Analysis X terhadap Z

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,508	1,331		,382	,704
	Kualitas Pelayanan	,349	,026	,807	13,507	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil pengolahan data dari tabel 5 dapat dilihat bahwa nilai t dari hasil penghitungan data tertera dalam kelompok t menunjukkan adanya hubungan antara variabel kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan sebesar 13,507, berarti terdapat hubungan signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas pelanggan.

Tabel 6 hasil uji Path Analysis Y terhadap Z

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,841	1,094		1,683	,096
	Kepuasan Pelanggan	1,139	,075	,839	15,269	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: Hasil pengolahan peneliti, 2019

Berdasarkan hasil pengolahan data dari tabel 6 dapat dilihat bahwa nilai t dari hasil penghitungan data tertera dalam kolom t menunjukkan adanya hubungan antara variabel kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan sebesar 15,269, berarti terdapat hubungan signifikan antara variabel Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas pelanggan.

Tabel 7 hasil uji Path Analysis X melalui Y terhadap Z

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,422	1,188		,355	,7
	Kualitas Pelayanan	,130	,049	,300	2,657	,0
	Kepuasan Pelanggan	,780	,153	,575	5,087	,0

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: Hasil pengolahan peneliti, 2019

Hasil pengolahan data dari tabel 7 nilai (sig) = 0,000 yang bermakna nilai (sig) $0,000 < 0,05$, maka H_3 diterima. Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan (X) dengan variabel loyalitas pelanggan (Z) melalui variabel kepuasan pelanggan (Y).

Tabel 8 untuk melihat pengaruh langsung dan tidak langsung serta pengaruh total antar variabel dapat dilihat melalui tabel berikut :

Variabel	Koefisien jalur	Pengaruh		
		Langsung	Tidak langsung	Total
X terhadap Y	0,851	$0,851^2=0,724$	-	0,724
Y terhadap Z	0,839	$0,839^2=0,704$	-	0,704
X terhadap Z	0,807	$0,807^2=0,651$	0,724	-
e1	0,296	-	-	0,296
e2	0,276	-	-	0,276

Sumber: Hasil data pengolahan Penulis (2019)

3.4 Uji Hipotesis

Penerapan kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan konsumen (Y) sistem Prabayar (token) pada PT. PLN sebesar $(0,851)^2 = 0,724 = 72,4\%$. Dan sisanya 27,6% dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian ini.

Penerapan kualitas pelayanan (X) terhadap loyalitas pelanggan (Z) sistem Prabayar (token) pada PT. PLN sebesar $(0,807)^2 = 0,651 = 65,1\%$. Dan sisanya 34,9% dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian ini.

Penerapan kepuasan konsumen (Y) terhadap loyalitas konsumen (Z) sistem Prabayar (token) pada PT. PLN sebesar $(0,839)^2 = 0,704 = 70,4\%$. Dan sisanya 29,6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Penerapan kualitas pelayanan (X) dan kepuasan pelanggan (Y) secara bersama-sama mempengaruhi loyalitas konsumen (Z) sistem Prabayar (token) pada PT. PLN sebesar $(0,851)^2 = 0,724 = 72,4\%$. Dan sisanya 28,6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

4. Kesimpulan dan Saran

4.1 Kesimpulan

Bedasarkan penelitian yang telah dilakukan, didapatkan beberapa kesimpulan untuk menjawab rumusan masalah, yaitu sebagai berikut :

- dengan membagikan kuisioner pada 100 responden yg berisi 14 pernyataan mengenai kualitas pelayanan, secara keseluruhan menghasilkan nilai 72,06% termasuk kedalam kategori tinggi.
- dengan membagikan kuisioner pada 100 responden yg berisi 4 pernyataan mengenai kepuasan pelanggan, secara keseluruhan menghasilkan nilai 71,3% termasuk kedalam kategori tinggi.
- dengan membagikan kuisioner pada 100 responden yg berisi 5 pernyataan mengenai loyalitas pelanggan, secara keseluruhan menghasilkan nilai 72,36% termasuk kedalam kategori tinggi.
- Secara parsial kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Besaran pengaruhnya sebesar 0,724 atau 72,4% sedangkan sisanya 27,6% dipengaruhi faktor lain.
- Secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Besaran pengaruhnya sebesar 0,651 atau 65,1% sedangkan sisanya 34,9% dipengaruhi faktor lain.
- Secara parsial kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Besaran pengaruhnya sebesar 0,704 atau 70,4% sedangkan sisanya 29,6% dipengaruhi faktor lain.
- Pengaruh variable kualitas pelayanan (X) terhadap loyalitas (Z) secara langsung memiliki pengaruh hanya sebesar 0,651 atau 65,1%, sedangkan jika melalui variable kepuasan pelanggan (Y) atau secara tidak langsung memiliki nilai sebesar 0,724 atau 72,4%. Serta kekuatan korelasi dapat dilihat pada kolom R sebesar 0,851 yang masuk dalam kategori korelasi sangat kuat.

4.2 Saran

Bagi Perusahaan

- a) PLN DJBB dapat memberikan kontribusi yang positif dengan memberikan pelayanan yang prima, baik listrik Prabayar (Token) maupun listrik Pascabayar untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan baik untuk membantu terciptanya kepuasan pelanggan.
- b) PT. PLN Distribusi Jawa Barat perlu mempertahankan rasa puas konsumen guna menarik konsumen baru lebih banyak lagi serta perusahaan sebaiknya memperhatikan kepuasan secara berkesinambungan agar dapat menghasilkan loyalitas konsumen yang lebih tinggi. Agar tidak beralih pada pesaing lainnya

Bagi Universitas Telkom

- c) Universitas Telkom diharapkan dapat menambah referensi perpustakaan sehingga dapat digunakan untuk bahan perbandingan maupun bahan pertimbangan bagi pembaca, khususnya mahasiswa Universitas Telkom.

Bagi Peneliti

- d). Sebagai latihan menimba ilmu pengetahuan dan pengalaman praktik lapangan melalui analisa serta memperoleh data yang konkret dalam penelitian dan sebagai aplikasi keilmuan yang didapat di bangku kuliah

Daftar Pustaka

- [1]. Tjiptono, Fandy. 2014. Pemasaran Jasa. Yogyakarta: Penerbit Andi.