

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI ULP BLANGKEJEREN

Sri Rejekina Br Ginting¹, Candra Pramula Pinandita², Yohan Bakhtiar³,
Dion Yanuarmawan⁴

¹Universitas Terbuka

²Politeknik Negeri Jember

^{3,4}Politeknik Negeri Malang

Surel¹ : Rejekinasri@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of service quality and information quality on customer satisfaction at PLN ULP Blangkejeren. This research sample used quantitative research methods, with 100 respondents. The sampling technique used in the research was Random Sampling Technique. The analysis technique used is multiple linear regression with statistical tests used in this research, namely validity test, reliability test, classical assumption test, partial test, simultaneous test and coefficient of determination test using IBM SPSS. The results of the research show that service quality and information quality together have a significant positive effect on customer satisfaction for Prepaid Electricity users at PLN ULP Blangkejeren.

Keywords: Service quality; Information Quality; Customer satisfaction

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pelanggan di PLN ULP Blangkejeren. Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, dengan sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian adalah Teknik *Random Sampling*. Teknik analisis yang digunakan menggunakan analisis regresi linear berganda dengan uji statistik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji parsial, uji simultan dan uji koefisien determinasi menggunakan IBM SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas informasi secara bersama – sama berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna Listrik Prabayar pada PLN ULP Blangkejeren.

Katakunci: Kualitas Pelayanan; Kualitas Informasi; Kepuasan Pelanggan

Tanggal Masuk
06 April 2024

Tanggal Revisi
13 April 2024

Tanggal Diterima
22 April 2024

PENDAHULUAN

Perusahaan Listrik Negara (PLN) Indonesia adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang industri kelistrikan. Guna memenuhi harapan *stakeholder* dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat, PLN (Persero) bertugas mengelola transmisi, operasional sistem, dan transaksi kelistrikan dengan kualitas layanan kelas dunia. Oleh karena itu, PLN harus mampu memberikan layanan semaksimal mungkin kepada semua jenis masyarakat, mulai dari kota besar hingga desa – desa terpencil. Sebagai badan usaha milik negara (BUMN), tujuannya adalah mengutamakan kebutuhan pelanggan dengan memberikan layanan terbaik.

Di unit layanan pelanggan Blangkejeren, kepuasan konsumen dalam penggunaan listrik Prabayar sangat erat kaitannya dengan kualitas pelayanan. Pelanggan didorong untuk membangun hubungan saling percaya dengan perusahaan melalui kualitas. Hubungan jangka panjang seperti ini memungkinkan perusahaan untuk sepenuhnya memahami permintaan dan harapan pelanggan mereka. Menurut (Tjiptono, 2022) kualitas pelayanan adalah suatu persepsi mengenai kualitas di mana hal itu merupakan gambaran atau cerminan dari pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan akan suatu produk maupun jasa.

Banyak faktor yang mempengaruhi seberapa baik pelanggan memandang kualitas layanan yang berdampak pada kepuasan pelanggan PLN. Persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan, yang berfokus pada lima elemen kualitas layanan – bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati – merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan (Indrasari, 2019).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Asti & Ayuningtyas, 2020) menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian tersebut jelaslah bahwa kualitas layanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, namun yang menjadi permasalahan di sini adalah, apakah hasil penelitian tersebut berlaku untuk pelanggan pada Perusahaan Listrik Negara (Persero) ULP Blangkejeren? Tentunya hal tersebut memerlukan pembuktian, karena karakteristik pelanggan dan pegawai di wilayah tersebut pastinya berbeda.

Selain kualitas pelayanan kualitas informasi juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kualitas informasi menunjukkan kualitas produk yang dihasilkan oleh sistem informasi. Menurut (Jogiyanto, 2016) kualitas informasi didefinisikan sebagai kegunaan atau dependabilitas informasi dari segi akurasi, presisi, kelengkapan, ketepatan waktu, dan sumbernya. Kualitas informasi dapat digunakan untuk mengukur kualitas output sistem informasi. Kualitas informasi yang disajikan dalam bentuk laporan operasional yang terstruktur dan memiliki karakteristik sebagai berikut: relevan; tepat waktu; ketepatan; kelengkapan; ringkas.

Semakin baik kualitas informasi akan semakin mempengaruhi keputusan yang diambil oleh pengguna (Raminda & Ardini, 2014). Kualitas informasi digunakan untuk mengukur informasi yang dihasilkan dari suatu sistem informasi dengan kualitas yang dapat memberikan nilai bagi pengguna sistem tertentu dengan karakteristik informasi yang sesuai dengan kebutuhan pengguna (Rukmiyati & Budiarta, 2016). Hasil

penelitian yang dilakukan oleh (Amarin & Wijaksana, 2021) menyatakan bahwa kualitas informasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan dari rumusan masalah diatas, adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh variabel kualitas pelayanan dan kualitas informasi terhadap kepuasan pelanggan. Adapun tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas informasi baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan pelanggan pengguna listrik Prabayar di ULP Blangkejeren.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Kualitas pelayanan

Manengal (2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Dzikra (2020) juga menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu sistem yang strategis melibatkan seluruh satuan kerja atau satuan organisasi dari mulai pimpinan sampai pegawai sehingga memenuhi kebutuhan yang diharapkan oleh konsumen.

Dzikra (2020) menyatakan bahwa untuk mengukur persepsi atas kualitas layanan meliputi lima dimensi, yaitu:

1. Bukti Fisik adalah wujud nyata secara fisik yang meliputi fasilitas, peralatan, karyawan, dan sarana informasi atau komunikasi.
2. Keandalan adalah kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan
3. Daya Tanggap adalah keinginan para karyawan untuk membantu dan memberikan pelayanan dengan tanggap dan peduli terhadap keluhan atau harapan konsumen.
4. Jaminan adalah kompetensi yang sedemikian hingga memberikan rasa aman dari bahaya, resiko, atau keraguan dan kepastian yang mencakup pengetahuan, kesopanan dan sikap dapat dipercaya yang dimiliki karyawan.
5. Empati adalah sifat dan kemampuan untuk memberikan perhatian penuh kepada konsumen, kemudahan melakukan kontak, komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan secara individual. dapat disimpan untuk pemakaian ulang di waktu mendatang, dijual kembali atau dikembalikan.

2. Kualitas Informasi

Menurut O'Briens (Mulyadi *et al.*, 2018) kualitas informasi adalah sejauh mana informasi memiliki karakteristik, konten, bentuk, dan waktu tertentu untuk pengguna akhir tertentu. Sistem operasi dari IT pengguna harus bisa memberikan informasi untuk menunjang membuat keputusan di perusahaan atau organisasi. Informasi yang dinilai berkualitas baik harus menjaga dan terus menerus meningkatkan kualitas informasi, kualitas informasi bisa dikatakan benar maka semakin cepat konsumen akan membuat keputusan untuk membeli produk (Ayu, 2020).

3. Kepuasan Pelanggan

Kotler (2014) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Memuaskan kebutuhan pelanggan adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi pelanggan dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan

METODE PENELITIAN

Berdasarkan pada permasalahan yang diteliti, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang menggunakan data dalam bentuk angka dan data terkumpul dianalisis dengan menggunakan rumusan statistik (Ghozali, 2018). Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif, yaitu penelitian yang mencari hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain.

Pada penelitian ini sebanyak 28.000 pengguna aktif listrik Prabayar di ULP Blangkejeren. Dengan menggunakan rumus Slovin dengan ketentuan tingkat error 10% maka didapatkan jumlah sampel penelitian sebanyak 100 orang. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara *random sampling* di mana sampel merupakan orang-orang yang menggunakan listrik Prabayar. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi linier berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Penelitian

Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1) dengan nilai rata-rata 0,320, Variabel Kualitas Informasi (X2) dengan nilai rata-rata 0,620 dan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dengan nilai rata-rata 0,530 sehingga 20 item kuesioner maka dapat dinyatakan semua instrumen yang diajukan layak untuk mengukur setiap variabel ini. Karena hasil menunjukkan r hitung $>$ r tabel pada signifikansi 0,1966.

Hasil Uji Reliabilitas diketahui variabel X1, X2 memiliki nilai Cronbach Alpha sebesar 0,887 dan 0,873 dan variabel Y 0,890 maka dapat dinyatakan reliabel, karena sesuai dengan instrumen yg dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach Alpha $>$ dari 0,60.

Tabel 1 Hasil Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.279	1.286		2.550	.012
	Kualitas Layanan	.172	.042	.347	4.055	.000
	Kualitas Informasi	.510	.081	.537	6.279	.000

Sumber : Data Diolah SPSS 2024

Dari hasil uji ini dapat dilihat bahwa nilai constant (nilai a) sebesar 3,279 dan untuk Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 0.172 untuk Kualitas Informasi (X2) sebesar 0,510 yang berarti Konstanta Kepuasan Pelanggan (Y) alalah sebesar 3,279 menyatakan jika variabel Kualitas Pelayanan dan Kualitas Informasi nilainya adalah 0 (nol) maka Kepuasan Pelanggan adalah 3,279. Koefisien untuk variabel Kualitas Pelayanan (X1) adalah sebesar 0.172 yang berarti bahwa setiap terjadi peningkatan sebesar satu satuan kualitas pelayanan, sementara kualitas informasi diasumsikan tetap, maka besarnya Kualitas Pelayanan akan mengalami perubahan kenaikan sebesar 0.172. Koefisien untuk variabel Kualitas Informasi (X2) adalah sebesar 0,510 yang berarti bahwa setiap terjadi peningkatan sebesar satu satuan kualitas informasi, sementara kualitas pelayanan diasumsikan tetap, maka besarnya Kualitas Informasi akan mengalami perubahan kenaikan sebesar 0,510.

Tabel 2 Hasil Uji Parsial
Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.279	1.286		2.550	.012
	Kualitas Layanan	.172	.042	.347	4.055	.000
	Kualitas Informasi	.510	.081	.537	6.279	.000

Sumber : Data Diolah SPSS 2024

Hasil tabel pengujian uji parsial dapat dilihat bahwa kedua variabel yaitu Kualitas Pelayanan (X1) dan Kualitas Informasi (X2) memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada ULPD Blangkejeren. Dimana dapat dilihat nilai signifikan masing-masing variabel penelitian Kualitas Pelayanan (X1) 0,000 dan Kualitas Informasi (X2) 0,000 lebih kecil dari 0,05.

Tabel 3 Hasil Uji Sumultan
ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	525.244	2	262.622	107.579	.000
	Residual	236.796	97	2.441		
	Total	762.040	99			

Sumber : Data Diolah SPSS 2024

Hasil uji Simultan dapat dilihat bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 atau lebih kecil dari 0,05 yang berarti secara bersama sama variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Kualitas Informasi (X2) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Tabel 4 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate		
					R Square Change	Durbin-Watson
1	.830	.689	.683	1.56243	.689	2.113

Sumber : Data Diolah SPSS 2024

Tabel diatas menunjukkan nilai R Square sebesar 0,689 maka dapat diketahui nilai R² yang dihasilkan sebesar 0,689 atau 68,90% angka ini menjelaskan bahwa Kepuasan Pelanggan pengguna listrik Prabayar di PLN ULP Blangkejeren dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Informasi sebanyak 68,90% sedangkan sisanya sebesar 31,10% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain atau variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

2. Pembahasan

2.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil olah data dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ (taraf signifikansi). Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Asti & Ayuningtyas, 2020) menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hubungan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan tidak terlepas dari kreativitas pelayanan yang ditawarkan oleh perusahaan PLN kepada para konsumen mereka. Untuk mewujudkan suatu pelayanan yang berkualitas yang mampu menciptakan kepuasan pelanggan, perusahaan PLN harus mampu memahami tingkat persepsi dan harapan pelanggan. Hal ini dikarenakan, kepuasan pelanggan merupakan perbandingan antara persepsi dengan harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang dirasakan.

Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka sehingga perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimalkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

2.2 Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil olah data dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kualitas informasi terhadap kepuasan pelanggan secara parsial dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ (taraf signifikansi). Hasil penelitian yang dilakukan

oleh (Amarin & Wijaksana, 2021) menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Informasi merupakan salah satu sumber daya terpenting yang dimiliki oleh suatu organisasi, di dalam penelitian ini, kualitas informasi yang dapat menimbulkan kepuasan pengguna listrik Prabayar adalah informasi yang bersifat akurat, dapat dipercaya, tepat waktu, relevan, detail dan benar. Ketersediaan informasi dengan karakteristik tersebut akan mempermudah suatu organisasi untuk melaksanakan kegiatan operasionalnya. Informasi adalah pengetahuan dari hasil pengolahan data – data yang berhubungan menjadi sebuah kesimpulan. Beberapa data dapat dinyatakan sebagai informasi bila data tersebut dapat digunakan untuk menarik suatu kesimpulan. Informasi yang dapat menimbulkan kepuasan pemakai maka diharapkan dapat meningkatkan kinerja pemakai tersebut.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka kesimpulan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna Listrik Prabayar pada PLN ULP Blangkejeren.
2. Kualitas Informasi berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna Listrik Prabayar pada PLN ULP Blangkejeren.
3. Kualitas Pelayanan dan Kualitas Informasi secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna Listrik Prabayar pada PLN ULP Blangkejeren.

DAFTAR PUSTAKA

- Amarin, S., & Wijaksana, T. (2021). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen. *Business Management Analysis Journal*, 4(1), 37-52.
- Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020, Januari). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. *Ekomabis*, 1(1).
- Ayu, Marini. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, citra merek dan promosi terhadap keputusan pembelian jasa transportasi Online grab. *Jurnal Manajemen Bisnis*.
- Dzikra, F. M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Mobil Ud. Sari Motor Di Pekanbaru. *Eko Dan Bisnis: Riau Economic And Business Review*, 11(3), 262-267.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Jogiyanto, H. (2016). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. BPFEE-Yogyakarta.
- Kotler dan Keller. 2014. *Buku Prinsip Prinsip Pemasaran By Philip Kotler Gary Armstrong Edisi 12 Jilid I&2. Edisi Ke 13*. Jakarta: Erlangga.

- Manengal, B., Kalangi, J. A., & Punuindoong, A. Y. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Motor Ando Tombatu. *Productivity*, 2(1), 42- 46
- Mulyadi. (2018). *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Raminda, A., & Ardini, L. (2014). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi dan Kepuasan Pengguna Accurate terhadap Kinerja Individu. *Jurnal Ilmu & Riset Akutansi*, 3(9), 1-15.
- Rukmiyati, N., & Budiarta, I. (2016). Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Kualitas Informasi dan Perceived Usefulness pada Kepuasan Pengguna Akhir Software Akutansi. *E-Kurnak Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayaba*, 5(1), 115-142.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2022). *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima* (Vol. 4). Penerbit Andi.