

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KEPERCAYAAN PELANGGAN PADA PT PLN (PERSERO) ULP WUA-WUA KENDARI

¹Nur Fadilah, ²Abdul Razak, ³Rahmatia

^{1,2,3}Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Enam Enam Kendari
Fadilahnoor12@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas layanan, kepuasan pelanggan, terhadap kepercayaan pelanggan pada PT PLN (persero) ULP Wua wua kendari. Penelitian ini merupakan penelitian Kuantitatif. Data penelitian ini diperoleh melalui angket kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah analisis Regresi Linear Berganda dengan cara menguji pengaruh variabel Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Kepercayaan Pelanggan pada PT PLN (persero) ULP wua wua kendari.

Berdasarkan hasil penelitian ini diketahui hasil pengujian menunjukan bahwa 0,777 atau 77,7% variabel kualitas layanan bisa di jelaskan oleh kedua variabel independen dalam penelitian ini yaitu kualitas layanan dan kepuasan pelanggan secara bersama sama sedangkan 22,3% sisanya dijelaskan oleh variabel yang lain diluar penelitian ini yang merupakan kontribusi dari variabel bebas selain dari variabel dalam penelitian.

Kata Kunci: Kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan kepercayaan pelanggan

ABSTRACT

This study aims to determine service quality, customer satisfaction, and customer trust in PT PLN (Persero) ULP Wua Wua kendari. This research is a quantitative research. The data of this study were obtained through a questionnaire questionnaire. Analysis of the data used is Multiple Linear Regression analysis by testing the effect of the variable Quality of Service and Customer Satisfaction on Customer Trust at PT PLN (Persero) ULP Wua Wua kendari.

Based on the results of this study, it is known that the test results show that 0.777 or 77.7% of service quality variables can be explained by the two independent variables in this study, namely service quality and customer satisfaction simultaneously while the remaining 22.3% is explained by other variables outside the study. This is the contribution of the independent variables apart from the variables in the study.

Keywords: Service quality, customer satisfaction, and customer trust



PENDAHULUAN

PT. PLN persero merupakan salah satu perusahaan milik negara yang memberikan layanan kepada pelanggan dan masyarakat dalam penyediaan jasa yang berhubungan dengan penjualan tenaga listrik satu-satunya di Indonesia. Listrik memegang peranan yang sangat penting dalam kehidupan manusia, dapat dikatakan listrik telah menjadi sumber energi utama dalam setiap kegiatan yang dilakukan baik di rumah tangga maupun di industri. Selaku perusahaan BUMN yang menangani masalah kepentingan listrik memberikan pasokan listrik. Maupun di industri selaku perusahaan BUMN yang menangani masalah listrik dan memberikan pasokan listrik kepada masyarakat dalam jumlah yang besar, tentunya PT. PLN persero harus memberikan layanan yang maksimal untuk kepentingan dan kemajuan bangsa.

Seiring dengan kenaikan tarif daya listrik (TDL), pihak konsumen menginginkan adanya peningkatan kualitas layanan yang lebih baik dari PLN, baik dalam pembenahan sistem pembayaran, kesigapan petugas dalam melayani keluhan pelanggan yang bersifat segera ataupun perbaikan jaringan, karena selama ini pelanggan merasakan kurangnya kualitas layanan yang diberikan pihak PLN, terutama keluhan pelanggan yang bersifat segera.

PT. PLN (persero) ULP Wua Wua kendari memberikan layanan listrik pascabayar, dengan menggunakan energi listrik terlebih dahulu dan membayar pada bulan berikutnya. Setiap bulan PT. PLN persero harus mencatat meter, menghitung dan menerbitkan rekening listrik setelah waktu tertentu. Mekanisme ini sangatlah tidak efektif dan tidak efisien bagi PT. PLN persero mengeluarkan inovasi produk terbaru berupa Listrik Pintar (Prabayar).

Inovasi produk baru PT. PLN (persero) ULP Wua Wua kendari, berupa listrik prabayar merupakan layanan terbaru dari PLN (persero) ULP Wua Wua dengan berbagai kelebihan didalam mengatur penggunaan energi listrik melalui meter elektronik prabayar. Inovasi termutakhir yang berorientasi pada kenyamanan pelanggan ini merupakan wujud penghargaan kepada pelanggan PLN (persero) ULP Wua Wua kendari. Pelanggan lebih leluasa dalam mengendalikan pemakaian listrik, sesuai dengan kebutuhan dan keinginan. Selain itu, penggunaan listrik, menjadi lebih nyaman dan lebih terkendali.

TINJUAN PUSTAKA

Kualitas Layanan

Menurut Lovelock (2007:96), kualitas layanan merupakan suatu evaluasi yang bertujuan untuk jangka panjang yang lebih baik terhadap jasa atau produk yang ditawarkan. Menurut Tjiptono dan Candra (Tjiptono, Fandy, Chandra, Gregorius, 2005) kualitas layanan merupakan tolak ukur seberapa bagus tingkat pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen. Menurut Tjiptono (Tjiptono, Fandi, 2011) kualitas layanan merupakan upaya pemenuhan keinginan dan kebutuhan pelanggan dan ketepatan penyampaiannya untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Menurut (Gonroos 2007) indikator kualitas layanan, yaitu:

1. *Professionalism and Skills* (Profesionalisme dan Keterampilan) Pelanggan menyadari bahwa penyedia layanan, karyawan, sistem operasional, dan sumber daya fisik memiliki pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk memecahkan masalah mereka secara profesional (*outcome-related criteria*).
2. *Attitudes and Behaviour* (Sikap dan Perilaku) Pelanggan merasa bahwa karyawan layanan adalah yang memberikan perhatian kepada mereka dan tertarik dalam memecahkan masalah mereka dengan cara yang ramah dan spontan (*Process-related criteria*).

3. *Reliability and Trustworthiness* (Keandalan dan Kepercayaan) Pelanggan tahu apa pun yang terjadi atau telah disepakati, mereka dapat bergantung pada penyedia layanan, karyawan dan sistem, untuk menepati janji dan melakukan dengan kepentingan terbaik buat pelanggan (*process related-criteria*).

Kepuasan Pelanggan

Menurut Normasari dkk (worodiyanti, 2016) kepuasan pelanggan adalah penilaian atau respon pelanggan terhadap kinerja barang atau jasa. Berdasarkan definisi-definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap produk baik barang ataupun jasa yang telah dibeli dengan membandingkan kinerja produk dengan harapan pelanggan.

Menurut (Irawan 2008) indikator dari kepuasan Pelanggan, Yaitu:

1. Penderitaan puas (dalam arti puas akan produk dan pelayanannya) yaitu ungkapan perasaan puas atau tidak puas dari pelanggan saat menerima pelayanan yang baik dan produk yang berkualitas dari perusahaan.
2. Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk yaitu sesuai atau tidaknya kualitas suatu produk atau jasa pasca pembelian suatu produk dengan harapan yang diinginkan pelanggan
3. Selalu membeli produk yaitu pelanggan akan tetap memakai dan terus membeli suatu produk apabila tercapainya harapan yang mereka inginkan.

Kepercayaan Pelanggan

Kepercayaan pelanggan merupakan suatu keunggulan yang dimiliki oleh pelanggan dikarenakan produknya memiliki objek, atribut dan manfaat (Sangadji & Sopiah. 2013). Kepercayaan merupakan strategi partnership, dalam menjalin sebuah kepercayaan dibutuhkan komitmen sehingga hubungan yang dilandasi kepercayaan sangat dihargai. Kepercayaan dalam studi terbaru telah diakui sebagai variabel kunci dalam hubungan jangka panjang dengan pelanggan, yang dalam gilirannya secara positif mempengaruhi loyalitas merek (Ming, T. T. 2011).

Menurut (Maharani 2010) indikator dari kepercayaan Pelanggan, yaitu:

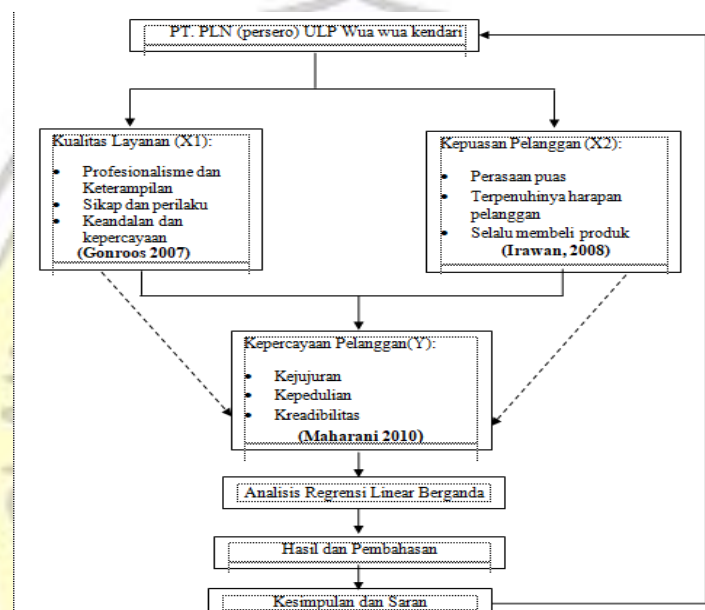
1. Kejujuran bagaimana perusahaan/ pemasar menawarkan produk barang atau jasa yang sesuai dengan informasi yang diberikan perusahaan/pemasar kepada konsumennya.
2. Kepedulian perusahaan/pemasar yang selalu melayani dengan baik konsumennya, selalu menerima keluhan-keluhan yang dikeluhkan konsumennya serta selalu menjadikan konsumen sebagai prioritas.
3. Kredibilitas kualitas atau kekuatan yang ada pada perusahaan/pemasar untuk meningkatkan kepercayaan konsumennya.

Hubungan Kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan kepercayaan pelanggan

Kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan akan berpengaruh kepada kepuasan pelanggan. pelanggan akan merasa puas apabila layanan yang diterima sesuai harapan. Oleh karena itu, kualitas layanan di tingkatkan agar pelanggan merasa puas akan layanan yang diberikan. Menurut Tjiptono dan Candra (Tjiptono, Fandy, Chandra, Gregorius, 2005) kualitas layanan merupakan tolak ukur seberapa bagus tingkat pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen. Menurut Tjiptono (Tjiptono, Fandi. 2011) kualitas layanan merupakan upaya pemenuhan keinginan dan kebutuhan pelanggan dan ketepatan penyampaiannya untuk memenuhi keinginan pelanggan. jadi Kualitas layanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh

positif terhadap kepercayaan pelanggan. Menurut Normasari dkk (dalam worodiyanti, 2016) kepuasan pelanggan adalah penilaian atau respon pelanggan terhadap kinerja barang atau jasa. Berdasarkan definisi-definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap produk baik barang ataupun jasa yang telah dibeli dengan membandingkan kinerja produk dengan harapan pelanggan. kualitas layanan yang baik maka kepercayaan pelangga pada PT PLN baik. Kepercayaan merupakan strategi partnership, dalam menjalin sebuah kepercayaan dibutuhkan komitmen sehingga hubungan yang dilandasi kepercayaan sangat dihargai. Kepercayaan dalam studi terbaru telah diakui sebagai variabel kunci dalam hubungan jangka panjang dengan pelanggan, yang dalam gilirannya secara positif mempengaruhi loyalitas merek. Jadi kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap kepercayaan pelanggan.

Kerangka Pikir



Ket:

————> : Pengaruh Simultan

- - - -> : Pengaruh Parsial

Hipotesis

Berdasarkan penelitian rumusan masalah, kajian teori, kerangka pikir maka hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

- H₁ : Kualitas layanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan pada PT. PLN (persero) ULP Wua wua kendari.
- H₂ : Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan pada PT. PLN (persero) ULP Wua wua kendari.
- H₃ : Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan pada PT. PLN(persero) ULP Wua wua kendari.

METODOLOGI PENELITIAN

Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah pada PT. PLN(persero) ULP Wua Wua kendari, beralamat di Jl. D.I Panjaitan, Lepo-lepo, Baruga, Kota Kendari, Sulawesi Tenggara.

Poulasi

populasi dalam penelitian ini menurut jenisnya merupakan populasi yang terbatas dan menurut sifatnya merupakan populasi yang homogen, berdasarkan populasi dalam penelitian ini adalah sejumlah 550 pelanggan KWH prabayar.

Sampel

Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus solvin:

$$N = \frac{N}{N d^2 + 1}$$

Dimana:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah Populasi

d = Nilai Prepsesi Penelitian (10%)

Berdasarkan rumus tersebut, besarnya sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah : 85 Orang.

$$n = \frac{550}{\frac{550 (0,1)^2 + 1}{6.5}}$$

$$n = 84.61 \text{ atau menjadi } 85 \text{ orang}$$

Teknik penarikan sampel adalah penarikan sampel akan dipengaruhi oleh tujuan penelitian, karakteristik populasi, alat yang digunakan dan pertimbangan peneliti. Sampel yang saya gunakan adalah *Accidental sampling*.

Alat Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket kuisisioner yaitu suatu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan angket kuisisioner pada responden yang di jadikan sampel dalam penelitian ini.

Uji Instrumen Peneltian

Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam suatu mengukur apa yang diukur. (Ghozali, Imam 2009) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Suatu tes dapat dikatakan memiliki validitas yang tinggi jika tes tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur yang tepat dan akurat sesuai dengan maksud dikenakannya tes tersebut. Suatu tes menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan diadakannya pengukuran dikatakan sebagai tes yang memiliki validitas rendah.

Uji Reabilitas

Menurut Sugiarto dan Situnjuk (2006), uji reliabilitas (*reliability*) adalah pengujian yang menunjukkan apakah suatu instrumen yang digunakan untuk memperoleh informasi dapat dipercaya untuk mengungkapkan informasi di lapangan sebagai alat pengumpulan data.

Menurut (V. Wiratna Surjaweni. 2014) Uji Reabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji reabilitas adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 maka kuesioner atau angket dinyatakan reliabel atau konsisten
2. Semetara, jika nilai *Cronbach's Alpha* < 0,60 maka kuesioner atau angket dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten.

Uji Asumsi Klasik

Model linear berganda dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi asumsi klasik statistik yang meliputi sebagai berikut:

Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis non parametrik Kolmogorov Smirnov, pemilihan analisis ini meminimalisir terjadinya kesalahan jika dibandingkan analisis grafik. Uji normalitas dinyatakan normal apabila nilai signifikan lebih besar dari 0,05. Uji yang dilakukan untuk melihat normalitas adalah dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov (Ghozali, 2013;160).

Uji Multikolinearitas

Menurut (Ghozali, Imam 2013), uji multikolinearitas adalah digunakan untuk menguji model regresi apakah ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi variabel satu dengan yang lain. Maka dari itu untuk mengetahuinya dapat dilihat pada hasil pengolahan SPSS dengan melihat nilai tolerance dan VIF.

1. Apabila nilai tolerance $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai VIF ≥ 10 menunjukkan adanya multikolinearitas.
2. Jika nilai tolerance $\geq 0,10$ atau sama dengan nilai VIF ≤ 10 menunjukkan tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain sehingga suatu model dapat dikatakan baik jika dalam model tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas. (Ghozali, Imam 2013).

Teknik Analisis Data

Analisis Deskriptif Statistik

Statistik deskriptif adalah bagian dari statistik yang paling mendasar yang tidak pernah bisa dipisahkan dalam analisis data. Statistik deskriptif menjadi bagian yang wajib bagi setiap orang yang dekat dengan data. Statistik deskriptif merupakan proses analisis statistik yang fokus kepada manajemen, penyajian, dan klasifikasi data. Dengan proses ini, data yang disajikan akan menjadi lebih menarik lebih mudah dipahami, dan mampu memberikan makna lebih bagi pengguna data.

Analisis deskriptif tersebut dijabarkan dalam Rentang Skala sebagai berikut :

$$\frac{RS = m-n}{b}$$

Keterangan :

RS = Rentang Skala

m = Jumlah skor tertinggi pada skala

n = Jumlah skor terendah pada skala

b = Jumlah kelas atau kategori yang dibuat

Perhitungan tersebut adalah sebagai berikut :

$$RS = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Dengan demikian kategori skala dapat ditentukan sebagai berikut :

1,00-1,79 = Sangat Tidak Baik

1,80-2,59 = Tidak Baik

2,60-3,39 = Cukup baik

3,40-4,19 = Baik

4,20-5,00 = Sangat Baik

Regerensi Linear Berganda

Berdasarkan rumusan masalah dan hipotesis yang telah dikemukakan maka alat analisis yang digunakan Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen ($X_1, X_2, \dots, X_n$) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.

Persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)

X_1 dan X_2 = Variabel independen (dimana $i=1,2,\dots,n$)

b_1 = Koefisien regresi ke-i (dimana $i= 1,2,\dots,n$)

a = Konstanta

e = Faktor kesalahan

HASIL PENELITIAN

Uji Validitas

Untuk tingkat validitas dilakukan uji signifikan dengan membandingkan nilai r_{tabel} . Untuk *degree of freedom* (df) = $n-k$ dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah konstruk. Pada kasus ini besarnya df dapat dihitung $85-2$ atau $df = 83$ dengan $\alpha 0.05$ didapat $r_{\text{tabel}} 0,2133$, jika r_{hitung} (untuk tiap-tiap butir pertanyaan total *correlation*) lebih besar dari r_{tabel} dan nilai r positif, maka butir pertanyaan tersebut dikatakan valid.

Tabel 1.
Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan (X1)

No.	Kualitas Layanan Pernyataan	<i>Corrected item pernyataan total Correlation</i>	r tabel	Keterangan
1.	Karyawan PT. PLN (persero) ULP Wua wua kendari profesional dalam melayani pelanggannya	.900**	0.2133	Valid
2.	Karyawan PT. PLN (persero) Wua Wua kendari terampil dalam teknik pemasangan KWH pascabayar	.893**	0.2133	Valid
3.	Sikap karyawan PT. PLN (persero) ULP Wua wua kendari terhadap pelanggan sopan dan ramah	.911**	0.2133	Valid
4.	Perilaku karyawan PT.PLN (persero) ULP wua wua kendari dalam melayani pelanggan memberikan respon yang cepat	.909**	0.2133	Valid
5.	PT.PLN(persero) ULP Wua wua kendari selalu meyakinkan pelanggan percaya akan kualitas layanan	.922**	0.2133	Valid
6.	PT.PLN(persero) ULP Wua wua kendari selalu meyakinkan pelanggan percaya akan kualitas layanan karyawanya	.922**	0.2133	Valid
7.	Pelanggan memberikan kepercayaan pada PT.PLN (persero) ULP Wua wua kendari	.905**	0.2133	Valid

Sumber : data primer diolah 2021

Berdasarkan tabel hasil analisa uji validitas Kualitas Layanan diketahui terdapat 6 item pernyataan mempunyai nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0.2137) dan bernilai positif, jadi dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas layanan dikatakan valid.

Tabel 2.
Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (X2)

No.	Kepuasan Pelanggan pernyataan	<i>Corrected item pernyataan total Correlation</i>	r tabel	Kategori
7.	Pelanggan merasa puas dengan kinerja karyawan PT.PLN (persero) ULP Wua wua kendari	.894**	0.2133	Valid
8.	Pelanggan merasa puas akan pemakaian KWH pascabar	.875**	0.2133	Valid
9.	Pelanggan merasa terpenuhi harapannya terhadap layanan dari karyawan PT. PLN (persero) ULP Wua wua kendari	.867**	0.2133	Valid

10.	Karyawan PT. PLN (persero) ULP Wua wua kendari merespon keluhan-keluhan pelanggan dengan cepat dan merasa pelanggan terpenuhi harapannya	.771**	0.2133	Valid
11.	Pelanggan akan selalu membeli token listrik untuk memenuhi pemakaian listrik	.863**	0.2133	Valid

Sumber : data Primer diolah 2021

Berdasarkan tabel hasil analisa Uji validitas variabel Kepuasan Pelanggan di ketahui terdapat 5 item pernyataan mempunyai nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0.2144) dan bernilai positif, jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat 5 item pernyataan untuk variabel Kepuasan pelanggan dikatakan valid.

Tabel 3.
Hasil Uji Validitas Kepercayaan Pelanggan (Y)

No.	Kepercayaan Pelanggan pernyataan	<i>Corrected item pernyataan total Correlation</i>	r tabel	Kategori
12.	Karyawan PT. PLN (persero) ULP Wua wua kendari jujur dalam melayani pelanggan	.875**	0.2133	Valid
13.	Karyawan PT. PLN (persero) ULP Wua wua kendari jujur dalam memberikan harga pemasangan KWH pascabayar kepada pelanggan.	.854**	0.2133	Valid
14.	Karyawan PT. PLN (persero) ULP wua wua kendari peduli akan semua keluhan pelanggan	.896**	0.2133	Valid
15.	Karyawan PT. PLN (persero) ULP Wua wua kendari prioritaskan pelanggannya	.929**	0.2133	Valid
16.	Karyawan meyakinkan pelanggan percaya dengan produk yang di keluarkan oleh pihak PT. PLN	.914**	0.2133	Valid
17.	Pelanggan percaya akan karyawan PT. PLN (persero) ULP Wua wua kendari datang kerumah untuk pemasangan KWH pascabayar	.893**	0.2133	Valid

Sumber : data Primer diolah 2021

Berdasarkan tabel analisa Uji Validitas variabel Kepercayaan Pelanggan diketahui terdapat 6 item pernyataan mempunyai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0.2133) dan bernilai positif, jadi dapat disimpulkan bahwa 6 item pernyataan untuk variabel Kepercayaan Pelanggan dikatakan valid.

Uji Reabilitas

Setelah dilakukan uji validitas selanjutnya dilakukan uji reliabilitas. Uji reliabilitas mempunyai kriteria dimana nilai yang dihasilkan lebih besar dari 0,60 ($> 0,60$) dengan tingkat komite sekolah 95%, diperoleh hasil seperti pada tabel 9.

Tabel 4.
Hasil Uji Reabilitas Instrumen

Variabel	Cornbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Layanan (X1)	,956	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (X2)	,908	Reliabel
Kepercayaan Pelanggan (Y)	,949	Reliabel

Sumber : data primer diolah 2021

Berdasarkan dari keterangan tabel 9. dapat diketahui bahwa masing-masing Cornbach's Alpha $> 0,60$. dengan demikian Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, dan Kepercayaan Pelanggan dapat dikatakan Reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan sebelum melakukan pengujian hipotesis. Uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolineritas dan uji heteroskedastisitas. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini menggunakan SPSS 20.0 for Windows. Hasil Uji prasyarata disajikan berikut ini:

Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independennya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak, peneliti menggunakan uji normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov. Hasil dari uji normalitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 5.
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
N		Trans_kepuasan 85
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	8.1543
	Std. Deviation	.24824
	Absolute	.125
Most Extreme Differences	Positive	.125
	Negative	-.073
Kolmogorov-Smirnov Z		1.152
Asymp. Sig. (2-tailed)		.141

Sumber : data Primer diolah 2021

Berdasarkan Uji Normalitas di atas, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi *Asymp. Sig (2-tailed)* pada uji normalitas *one-sample Kolmogorov-Smirnov* adalah sebesar $0,141 > 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal sehingga memenuhi syarat pengujian regresi linear berganda.

Uji Multikolineritas

Uji multikolineritas digunakan untuk menguji model regresi apakah ditemukan adanya kolerasi antara variabel bebas. Model regresi yang baik tidak akan terjadi kolerasi variabel satu dengan lain. Maka dari itu untuk mengetahuinya dapat dilihat pada pengelolaan SPSS dengan nilai tolerance dan VIF sebagai berikut:

Tabel 6.
Hasil Uji Multikolinearitas

	Model	Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Layanan	,316	3,165
	Kepuasan Pelanggan	,316	3,165

Dependent Variable: Kepercayaan Pelanggan
sumber: data Primer diolah 2021

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa Variabel Kualitas Layanan (X1) mempunyai nilai VIF 3,165 dan nilai tolerancen 0,316. Variabel Kepuasan Pelanggan (X2) mempunyai nilai VIF 3,165 dan nilai tolerance 0,316. Nilai VIF pada dua variabel independen < 10 dan tolerance >10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi kolerasi diantra variabel independen atau semua variabel yang digunakan pada penelitian ini tidak mempunyai masalah multikolinearitas sehingga memenuhi syarat Uji Analisis Regrensi Linear Berganda.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan lainnya.

Tabel 7.
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

	Model	Sig.
1	(Constant)	,001
	Kualitas Layanan	,967
	Kepuasan Peelanggan	,426

a. Dependent Variable: RES2

Sumber : data primer diolah 2021

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa variabel kualitas layanan (X1) mempunyai nilai Signifikan sebesar 0,967 dan variabel Kepuasan Pelanggan (X2) mempunyai nilai Signifikan Sebesar 0,426. Nilai signifikan dari 2 variabel independen menunjukkan nilai yang lebih besar dari $\alpha = 0,05$ (sig. > 0,05). Sehingga dapat di simpulkan bahwa tidak ada Heteroskedastisitas pada model regresi sehingga memenuhi syarat pengujian regresi linear berganda.

Uji pengaruh simultan (Uji F) dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen. Nilai Uji F dapat dilihat pada tabel 13.. sebagai berikut:

Tabel 8. Hasil Uji F
ANOVA^a

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1974,157	2	987,078	143,121	.000 ^b
	Residual	565,537	82	6,897		
	Total	2539,694	84			

a. Dependent Variable: Kepercayaan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Kualitas Layanan

Sumber : data primer diolah 2021

Berdasarkan output diatas diketahui nilai Signifikansi untuk pengaruh X1 dan X2 Secara simultan terhadap Y adalah Sebesar $0.000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Hipotesis pertama diterima yang berarti terdapat pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y.

Uji t

Uji t bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen yang terdiri dari kualitas layanan dan kepuasan pelanggan secara persial atau masing-masing terhadap kepercayaan pelanggan.

- 1) Jika nilai Sig. < 0.05 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Y.
- 2) Jika nilai Sig. $> 0,05$ atau t_{tabel} maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap Y.

Berdasarkan Hasil pengujian pada SPSS 20 di dapat hasil Uji t sebagai berikut:

Tabel 9. Hasil Uji t					
Coefficients^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,082	1,324		,817	,416
Kualitas Layanan	,386	,087	,412	4,447	,000
Kepuasan Pelanggan	,686	,125	,510	5,498	,000

a. Dependent Variable: Kepercayaan Pelanggan

Sumber : data Primer diolah 2021

Diketahui nilai Sig. untuk pengaruh X1 terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa Hipotesis kedua diterima yang berarti terdapat pengaruh variabel X1 terhadap Y.

Diketahui nilai Sig. untuk Pengaruh X2 terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa Hipotesis ketiga diterima yang berarti terdapat pengaruh Variabel X2 terhadap Y.

Tabel 10. Hasil Uji Regrensi Linear Berganda					
Coefficients^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,082	1,324		,817	,416
Kualitas Layanan	,386	,087	,412	4,447	,000
Kepuasan Pelanggan	,686	,125	,510	5,498	,000

a. Dependent Variable: Kepercayaan Pelanggan

Berdasarkan Tabel di 4.15 Maka model persamaan Regrensi Linear Berganda yaitu sebagai berikut: $Y = a + X_1b_1 + X_2b_2 + e$

$$Y = 1,082 + 0,386 X_1 + 0,686 X_2$$

Berdasarkan persamaan regresi linear berganda di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai Constant sebesar 1,082, ini diartikan jika tidak terjadi perubahan variabel Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan (nilai X_1 dan X_2 adalah 0) maka kepercayaan pelanggan pada PT. PLN (persero) ULP Wua wua ada sebesar 1,082
- 2) Nilai koefisien regresi Kualitas Layanan adalah 0,386, artinya jika variabel Kualitas Layanan (X_1) meningkat sebesar 1% dengan asumsi variabel Kepuasan Pelanggan dan konstanta (α) adalah 0, maka kepercayaan pelanggan pada PT. PLN (persero) ULP wua wua sebesar 0,386. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel Kualitas layanan yang disediakan berkontribusi positif bagi kepercayaan pelanggan, sehingga makin komplet kualitas layanan yang di sediakan di PT. PLN (persero) ULP Wua wua, maka makin melambung tingkat kepercayaan Pelanggan.
- 3) Nilai koefisien regresi Kepuasan Pelanggan adalah 0,686 artinya jika variabel Kepuasan pelanggan (X_2) meningkat sebesar 1% dengan asumsi variabel Kualitas Layanan (X_1) dan Konstanta (α) adalah 0, maka kepercayaan pelanggan pada PT. PLN (persero) ULP Wua wua meningkat sebesar 0,686. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan yang di berikan berkontribusi positif bagi Kepercayaan Pelanggan, sehingga makin besar kepuasan pelanggan maka makin melambung pula Kepuasan Pelanggan yang dirasakan.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Kepercayaan Pelanggan

Hasil pengujian antara Kualitas layanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Kepercayaan Pelanggan menunjukkan koefisien yang positif dan berpengaruh signifikan. Koefisien yang positif menunjukkan bahwa ketika Kualitas Layanan dan kepuasan semakin tinggi maka akan diikuti dengan Kepercayaan pelanggan yang meningkat juga. variabel kualitas layanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap kepercayaan pelanggan. Oleh karena itu, Hipotesis pertama “Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Berpengaruh Positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan pada PT. PLN (persero) ULP Wua wua” dapat diterima.

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepercayaan Pelanggan

Hasil pengujian antara kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan. Artinya semakin tinggi kualitas layanan maka kepercayaan pelanggan pula semakin meningkat. Oleh karena itu Hipotesis kedua “Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Pelanggan pada PT. PLN (persero) ULP Wua wua kendari” dapat diterima.

Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Kepercayaan Pelanggan

Hasil pengujian antara Kepuasan Pelanggan Terhadap Kepercayaan Pelanggan menunjukkan koefisien yang positif dan pengaruh yang signifikan. Koefisien yang positif menunjukkan bahwa ketika Kepuasan Pelanggan semakin tinggi maka kepercayaan pelanggan pula semakin meningkat. Oleh karena itu Hipotesis ketiga “Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Pelanggan pada PT. PLN (persero) ULP Wua wua kendari ” dapat diterima.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang sudah diuraikan dapat ditarik kesimpulan:

1. Kualitas layanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan. Artinya setiap perubahan peningkatan indikator variabel kualitas layanan dan kepuasan pelanggan dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan. Semakin baik penerapan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan mampu meningkatkan kepercayaan pelanggan pada PT. PLN (persero) ULP Wua wua kendari.
2. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan. Artinya setiap perubahan peningkatan indikator variabel kualitas layanan dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan. Semakin baik penerapan kualitas layanan mampu meningkatkan kepercayaan pelanggan pada PT. PLN (persero) ULP Wua wua kendari.
3. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan. Artinya setiap perubahan peningkatan indikator variabel kepuasan pelanggan dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan. Semakin baik penerapan kepuasan pelanggan mampu meningkatkan kepercayaan pelanggan pada PT. PLN (persero) ULP Wua wua kendari.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, penulis mengajukan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan dengan penelitian ini. Adapun saran-saran tersebut antara lain:

1. Pihak PT PLN (persero) ULP Wua Wua kendari lebih memperhatikan dalam menghadapi pelanggan agar Kualitas layanan lebih bagus lagi. Agar pelanggan dapat lebih puas akan layanan pada PT PLN.
2. Perlunya pihak PT PLN (persero) ULP Wua wua kendari untuk terus meningkatkan kepuasan pelanggan terutama indikator terpenuhinya harapan pelanggan dengan cara karyawan lebih meningkatkan kualitas layanan.
3. Perlunya pihak PT PLN (persero) ULP Wua wua kendari untuk terus meningkatkan kepercayaan pelanggan terutama variabel kejujuran dengan cara karyawan jujur dalam melayani pelanggan apa lagi dalam pemasangan KWH.
4. Bagi penelitian selanjutnya penulis menyarankan hendaknya perlu menambahkan jumlah sampel dan memperluas wilayah penelitian sehingga tingkat generalisasi lebih tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adelina Mariani S. 2018. "pengaruh kualitas layanan, kepuasan pelanggan, kepercayaan, komitmen dan citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan (studi kasus toyota)." Volume 1, no. 2 desember.
- Basu Swasta, Dharmesta dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*,. Liberty, Yogyakarta.
- Gonroos. 2007. "Pengaruh indikator-indikator kualitas layanan dari bagian layanan mahasiswa dan kualitas produk portal mahasiswa terhadap kepuasan mahasiswa." *ferbuari* 2016 vol 6: 50.

- Lovelock, Christoper dan Lauren. 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT. Indeks.
- Maharani. 2010. “Indikator Dalam Variabel Kepercayaan.”
file:///E:/jurnal%20proposan/kepercayaan%20(1).pdf
- Ming, T. T., Ismail, H. B., & Rasiah, D. 2011. *Hierarchical Chain of Consumer-Based Brand Equity: Review from the Fast Food Industry*. International Business & Economics Research Journal, 10(9),.
- Sangadji, E. M. & Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Tijptono, Fandy, Chandra, Gregorius,. 2005. *Manajemen Kualitas Jasa*. Andi. Yogyakarta.
- Tijptono, Fandi. 2011. *..Pemasaran Jasa*. Jakarta: Bayu Media Publishing.
- Tri Nor Cahyani and Achmad Zaini. 2017. “Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di pt. Pln (persero) rayon pamekasan.” (2407–5523): 8.
- Worodiyanti, Novi Wahyu. 2016. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Elladerma Skincare Malang.” *Jurnal Fakultas Teknik Universitas Negeri Surabaya*. Surabaya.

