



## FAKTOR PENENTU KEPUASAN PELANGGAN PT. PLN (PERSERO) DUMAI

### *DETERMINANT FACTORS OF CUSTOMER SATISFACTION IN PT. PLN (PERSERO) DUMAI*

Encik Maznah Hijeriah<sup>1</sup>, Yulianita<sup>2</sup>

Prodi Ilmu Administrasi Niaga, STIA Lancang Kuning Dumai<sup>1,2</sup>

Email : [encik.maznah@gmail.com](mailto:encik.maznah@gmail.com)

#### Info Artikel

##### **Sejarah Artikel:**

Submit : 10 Feb 2021

Revisi : 30 Agust 2021

Diterima : 4 Sept 2021

##### **Keywords:**

*Customer Satisfaction*

*Service Quality*

*Electricity*

##### **Kata Kunci:**

Kepuasan Pelanggan

Kualitas Layanan

Listrik

#### ABSTRACT

*Unit Layanan Pelanggan (ULP) Bagan Batu pada PT PLN (Persero) Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan (UP3) Dumai was established in Bagan Sinembah District, Rokan Hilir Regency, to address the community's electrical demands. When it comes to customer satisfaction, each consumer will undoubtedly have a different opinion. There are still complaints regarding the services offered and a lack of socialization taking place as part of its execution. The study's goal was to determine the factors that influence customer satisfaction at PT. PLN (Persero) Dumai. Variables include Product Quality, Service Quality, Emotional, Price and Cost and Ease of Getting a Product or Service. With a total of 145 respondents, all outsourced employees and employees, as well as consumers, were included as samples, with saturated sampling approach for employees and outsourcing employees using simple random sampling method, and proportionate stratified random sampling method for customers. There are two categories of data used: main and secondary. The results of the questionnaires and interviews were evaluated using descriptive statistics. According to the findings, product quality and ease of obtaining a product or service are the decisive factors in customer satisfaction among the five components.*

#### ABSTRAK

Unit Layanan Pelanggan (ULP) Bagan Batu pada PT PLN (Persero) Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan (UP3) Dumai didirikan untuk memenuhi kebutuhan kelistrikan masyarakat di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir. Berdiskusi tentang kepuasan pelanggan, tentunya setiap pelanggan tentunya akan memberikan penilaian yang berbeda-beda. Dalam pelaksanaannya, masih ditemukan keluhan terhadap pelayanan yang diberikan dan masih kurang sosialisasi yang dilakukan. Tujuan penelitian adalah untuk melihat faktor penentu dalam kepuasan konsumen di PT. PLN (Persero) Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan (UP3) Dumai. Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Emosional, Harga dan Biaya dan Kemudahan Untuk Mendapatkan Produk Atau Suatu Jasa menjadi variable yang dilihat. Seluruh karyawan dan karyawan outsourcing serta pelanggan turut dilibatkan sebagai sampel dengan teknik sampling jenuh untuk karyawan dan karyawan outsourcing menggunakan metode simple random sampling, sedangkan untuk pelanggan adalah metode proportionate stratified random sampling dengan total 145 responden. Jenis data primer dan sekunder digunakan. Kuesioner dan interview dilakukan dan hasilnya dianalisis statistic deskriptif. Temuan penelitian mendapati bahwa dari lima konstruk, ternyata kualitas produk dan kemudahan untuk mendapatkan produk atau suatu jasa menjadi faktor penentu dalam kepuasan pelanggan.

##### **Korespondensi Penulis:**

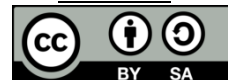
Encik Maznah Hijeriah

Prodi Ilmu Administrasi Niaga

STIA Lancang Kuning Dumai,

Email : [encik.maznah@gmail.com](mailto:encik.maznah@gmail.com)

*This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.*





## 1. PENDAHULUAN

PT PLN (Perusahaan Listrik Negara) merupakan perusahaan dibidang kelistrikan dan hanya satu-satunya yang ada di Indonesia. Bisa dikatakan bahwa PT PLN menguasai seluruh pasar sasaran karena tidak memiliki pesaing lainnya. Namun bukan berarti PT PLN bisa mengabaikan penilaian dari pelanggan karena akan berdampak buruk bagi perusahaan.

Indrasari (2019) mengatakan pelanggan adalah individu yang menerima produk atau orang lain atau kelompok orang. Sedangkan menurut Aryani & Rosinta (2011) menjelaskan bahwa nasabah /pelanggan/customer adalah individu atau unit bagian yang memperoleh hasil dari suatu kegiatan dalam suatu system. Pelanggan/nasabah mendapatkan nilai kepuasan atas pelayanan dengan caramemberikan pemenuhan atas kebutuhan (need), keinginan (wants), dan pengharapan/ekspektasi (expectation) (Meilanti & Fitriia, 2021).

Unit Layanan Pelanggan (ULP) Bagan Batu merupakan salah satu Unit Layanan Pelanggan (ULP) yang ada pada PT PLN (Persero) Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan (UP3) Dumai yang berada di Kabupaten Rokan Hilir dan satu-satunya perusahaan dibidang kelistrikan yang ada di Kecamatan Bagan Sinembah. Didirikan guna memenuhi kebutuhan masyarakat sekitar yang berhubungan dengan kelistrikan. Sebagai salah satu ULP yang ada, diharapkan dapat memberikan pelayanan dan mampu berinteraksi dengan masyarakat sebagai pasar sasaran.

Pelayanan yang diberikan oleh ULP Bagan Batu kepada pelanggan didasarkan pada Keputusan Direksi PT PLN (Persero) No. 1336K/DIR/2011 tentang Pedoman Proses Pelayanan Pelanggan Tahun 2011 yang merupakan pengganti dari Tata Usaha Pelanggan (TUL) Tahun 1994 serta sistem layanan listrik yang mengakomodir perkembangan lingkungan baik dari sisi kebutuhan dan keinginan pelanggan maupun dari kemajuan teknologi yang ada yang meliputi kegiatan pelayanan kepada pelanggan/calon pelanggan yang membutuhkan tenaga listrik.

Berdasarkan Keputusan Direksi PT PLN (Persero) No. 1336K/ DIR/ 2011 tentang Pedoman Proses Pelayanan Pelanggan Tahun 2011, PT PLN (Persero) melaksanakan kegiatan layanan listrik yang terdiri dari 3 (tiga) kegiatan utama yaitu pelayanan pelanggan (customer service), baca meter & tagihan listrik (meter reading & billing) dan penagihan (collecting). Adapun bentuk layanan yang dilakukan adalah:

**Tabel 1.** Bentuk Pelayanan

No	Bentuk Layanan	Jenis Layanan
1	Pelayanan Pelanggan (Customer Service)	a. Penyambungan baru (PB), pengubahan daya (PD)
		b. Informasi pelanggan
		c. Keluhan & pengaduan pelanggan
2	Baca Meter & Tagihan Listrik (Meter Reading & Billing)	a. Baca meter dan pemeriksaan kWh meter
		b. Hitung tagihan listrik dan tagihan lainnya
3	Penagihan (Collecting)	a. Membukukan piutang pelanggan
		b. Penagihan piutang
		c. Pengawasan piutang

**Sumber :** ULP Bagan Batu, PT PLN (Persero) UP3 Dumai  
Tahun 2020

Hasil observasi mendapatkan bahwa dalam pelayanan yang dilakukan, untuk biaya penyambungan tiap daya listrik tentunya berbeda-beda. Semakin besar daya listrik maka biaya yang dibutuhkan juga akan semakin besar. Setiap pelanggan dengan golongan tarif yang berbeda tentunya menginginkan segala sesuatu yang sesuai dengan kebutuhan listriknya yang berbeda-beda pula. Ada yang kebutuhan listriknya sekedar kebutuhan rumah tangga, proses produksi, kegiatan pelayanan masyarakat dan lain sebagainya. Sehingga dalam memberikan penilaian pun akan berbeda pandangan setiap pelanggan. Untuk mendapatkan penilaian yang baik dari pelanggan yaitu dengan tidak menghambat kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh setiap pelanggan dalam kesehariannya serta memberikan pelayanan yang berkualitas.

Mendapatkan penilaian yang baik dari pelanggan juga berkaitan dengan kepercayaan dan kemudahan terhadap produk serta pelayanan yang diberikan di ULP Bagan Batu pada PT PLN (Persero) UP3 Dumai. Oleh karena itu, biaya penyambungan berdasarkan kelompok sambungan telah ditetapkan sebagai berikut:

**Tabel 2.** Biaya Penyambungan

No	Kelompok Sambungan	Biaya (Rp)
1	Sambungan 1 (satu) fasa atau 3 (tiga) fasa dengan pembatasan daya dan pengukuran tegangan rendah, yang terdiri atas:	
	a. Daya tersambung sampai dengan 450 VA	421.000
	b. Daya tersambung 900 VA	843.000
	c. Daya tersambung 1.300 VA	1.218.000
	d. Daya tersambung 2.200 VA	2.062.000
	e. Tambah daya menjadi sampai dengan 2.200 VA	937/VA
	f. Daya tersambung atau tambah daya di atas 2.200 VA s.d. 100 kVA	969/VA
	g. Daya tersambung atau tambah daya rumah tangga golongan R-3	969/VA
2	h. Daya tersambung atau tambah daya di atas 100 kVA s.d. 200 kVA	775/VA
	Sambungan 3 (tiga) fasa atau tambah daya dengan pembatasan daya dan pengukuran Tegangan Menengah	631/VA



3	Sambungan 3 (tiga) fasa atau tambah daya dengan pembatasan daya dan pengukuran Tegangan Tinggi	535/VA
4	Sambungan 1 (satu) fasa dengan pembatasan daya dan pengukuran tegangan rendah di bangunan pelanggan	
	a. Khusus tarif S-1/TR s.d 220 VA	60.000/sambungan
	b. Untuk penambahan daya dari golongan tarif S-1/TR (tanpa meter) menjadi 450 VA	Bebas biaya penyambungan

Sumber: (ULP) Bagan Batu, PT PLN (Persero) UP3 Dumai Tahun 2020

Selain itu, di ULP Bagan Batu pada PT PLN (Persero) UP3 Dumai ditemukan beberapa gejala yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan. Kotler dan Keller dalam Santoso & Asim (2020) menjelaskan bahwa kepuasan mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk anggapan (atau hasil) dalam kaitannya dengan ekspektasi. Jika kinerja produk tersebut tidak memenuhi ekspektasi, pelanggan tersebut tidak puas dan kecewa. Jika kinerja produk sesuai dengan ekspektasi, pelanggan tersebut puas. Jika kinerja produk melebihi ekspektasi, pelanggan tersebut senang. Pelanggan adalah ujung dari usaha yang dijalankan. Seiring dengan pernyataan Pamitra (2001) bahwa pelanggan adalah individu pembuatan keputusan yang menyebabkan seseorang harus terlibat atau tidak dalam pembelian suatu produk.

Andriani (2018) mengatakan kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (outcome) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan. Namun dengan singkat Arief (2006:167) menyimpulkan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan dilihat dari kesesuaian antara harapan (expectation) pelanggandan persepsi, pelayanan yang diterima (kenyataan yang dialami).

Sedangkan menurut Kotler dalam Tjiptono (2008:24) menandakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan pelanggan (customer satisfaction) didefinisikan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan pelanggan atas barang atau jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya (Perwira et al., 2016).

Kepuasan pelanggan memberikan banyak manfaat bagi perusahaan, dan tingkat kepuasan pelanggan yang makin tinggi akan menghasilkan loyalitas pelanggan yang lebih besar (Adinegara et al., 2018). Dalam jangka panjang, akan lebih menguntungkan mempertahankan pelanggan yang baik daripada terus-menerus menarik dan membina pelanggan baru untuk menggantikan

pelanggan yang pergi. Pelanggan yang sangat puas akan menyebarkan cerita positif dari mulut ke mulut dan malah akan menjadi iklan berjalan dan berbicara bagi suatu perusahaan, yang akan menurunkan biaya untuk menarik pelanggan baru.

Masih ditemukan keluhan terhadap pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Untuk melihat keluhan disajikan dalam table berikut ini:

**Tabel 3.** Daftar Keluhan Pelanggan

No	Jenis Keluhan	Keluhan Terhadap	Tahun			
			2016	2017	2018	2019
1	Gangguan Individu	Gangguan Listrik (pemadaman listrik/mati lampu)	148	1.309	1.839	3.117
		Calo atau Suap	0	3	1	1
		Cater	0	5	7	12
		Instalasi Listrik	1	20	20	44
		Mutu dan Keandalan	0	5	3	20
		2	Keluhan Individu	PDPB	3	23
Prabayar	7			23	34	23
Rekening	1			2	3	0
Tusbung	2			3	24	7
Pemakaian PTL	0			0	2	1
Tidak Syah Lain-lain	0			0	2	0
<b>Total</b>			<b>162</b>	<b>1.393</b>	<b>2.092</b>	<b>3.319</b>

Sumber: ULP Bagan Batu Pada PT PLN (Persero) UP3 Dumai Tahun 2020

Irawan (2003:21-23), faktor utama yang menentukan tingkat kepuasan pelanggan, sebagai berikut : a) Kualitas produk, dimana konsumen atau pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Beberapa dimensi yang berpengaruh dalam membentuk kualitas produk adalah performance, reliability, conformance, durability, feature, dan lain-lain, b) Kualitas pelayanan dimana komponen pembentuk kepuasan pelanggan ini terutama untuk industri jasa. Pelanggan akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan. Sedangkan selanjutnya adalah c) Emosional, dimana Konsumen yang merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu akan cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasannya bukan karena kualitas dari produk tersebut tetapi self-esteem atau social value yang membuat pelanggan menjadi puas terhadap merek produk tertentu, d) Harga, dimana produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan value yang lebih tinggi kepada pelanggannya. Jelas bahwa harga juga merupakan faktor yang penting bagi pelanggan untuk mengevaluasi tingkat



kepuasannya serta yang terakhir adalah e) Biaya dan kemudahan untuk mendapatkan produk atau suatu jasa dimana pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa akan cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Hasil observasi juga mendapatkan bahwa masih kurang sosialisasi yang dilakukan pihak perusahaan kepada masyarakat berkaitan dengan informasi yang berkaitan dengan tenaga listrik. Untuk lebih jelasnya akan diuraikan tarif pelanggan berdasarkan daya listriknya sebagai berikut:

**Tabel 4.** Tarif Pelanggan

No	Tarif	Daya	Tahun			
			2016 (orang)	2017 (orang)	2018 (orang)	2019 (orang)
1	Sosial	220 VA	0	0	0	0
		450 VA	57	63	72	68
		900 VA	359	426	538	656
		1,300 VA	600	631	680	718
		2,200 VA	129	166	215	243
		3,500 VA	103	149	185	249
		200 KVA	0	0	0	0
		<b>Jumlah Sosial</b>	<b>1.248</b>	<b>1.435</b>	<b>1.690</b>	<b>1.934</b>
2	Rumah Tangga	450 VA	3.979	4.156	4.210	4.195
		900 VA	26.686	30.830	35.559	40.246
		1,300 VA	26.306	28.757	33.038	34.238
		2,200 VA	1.612	1.775	2.072	2.327
		3,500 s/d				274
		5,500 VA	148	166	228	
		6,600 VA keatas	26	28	34	36
		<b>Jumlah Rumah Tangga</b>	<b>58.757</b>	<b>65.712</b>	<b>75.141</b>	<b>81.316</b>
3	Bisnis	450 VA	35	38	43	44
		900 VA	211	286	342	363
		1,300 VA	3.298	3.559	3.628	3.688
		2,200 s/d	2.473	2.689	2.917	3.043
		5,500 VA				627
		6,600 VA s/d	415	458	500	
		200 KVA				3
		> 200 KVA	2	2	2	3
<b>Jumlah Bisnis</b>	<b>6.434</b>	<b>7.032</b>	<b>7.432</b>	<b>7.768</b>		
4	Industri	450 VA	0	0	0	0
		900 VA	0	0	0	0
		1,300 VA	0	0	0	0
		2,200 VA	0	0	0	0
		3,500 VA s/d	0	0	0	0
		14 KVA				3
		14 KVA s/d	2	3	3	
		200 KVA				4
> 200 KVA	0	2	2	4		
30,000 KVA keatas	0	0	0	0		
<b>Jumlah Industri</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>7</b>		
5	Publik	450 VA	10	12	91	92
		900 VA	46	47	49	41
		1,300 VA	73	84	91	102
		2,200 s/d	51	50	50	55
		5,500 VA				21
		6,600 VA s/d	18	19	20	
		200 KVA				41
		> 200 KVA	0	0	0	0
<b>Jumlah Publik</b>	<b>238</b>	<b>238</b>	<b>341</b>	<b>352</b>		
6	Layanan Khusus		0	4	7	7
		<b>Total Keseluruhan</b>	<b>66.679</b>	<b>74.426</b>	<b>84.616</b>	<b>91.384</b>

Sumber: ULP Bagan Batu Pada PT PLN (Persero) UP3 Dumai Tahun 2020

Berdasarkan hal tersebut disusun tujuan penelitian yaitu apasaja faktor penentu kepuasan pelanggan PT. PLN (Persero) Dumai

## 2. METODE

Penelitian kuantitatif dilaksanakan dengan populasi dan sampel adalah seluruh karyawan, karyawan outsourcing dan pelanggan di Unit Layanan Pelanggan (ULP) Bagan Batu pada PT PLN (Persero) UP3 Dumai. Dengan teknik pengambilan sampel karyawan digunakan metode sampling jenuh (D Afrizal, 2018), untuk karyawan outsourcing digunakan metode simple random sampling, sedangkan untuk pelanggan digunakan metode *proportionate stratified random sampling* dengan total 145 responden. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder (Sugiyono, 2013). Adapun teknik pengumpulan data yaitu kuesioner (angket) dan interview (wawancara). Analisa data pada penelitian ini menggunakan *statistic deskriptif*.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Faktor yang mempengaruhi Kepuasan

Dari penelitian yang dilakukan, diperoleh hasil rekapitulasi tanggapan responden yang disajikan dalam rekapitulasi data dapat dilihat pada tabel berikut ini :

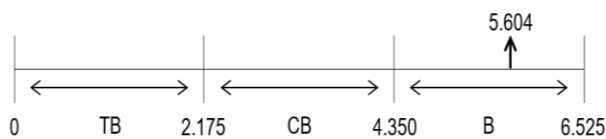
**Tabel 5.** Rekapitulasi Hasil Penelitian

No	Indikator	Jumlah Skor
1	Kualitas Produk	1.158
2	Kualitas Pelayanan	1.079
3	Emosional	1.123
4	Harga	1.101
5	Biaya dan Kemudahan Untuk Mendapatkan Produk Atau Suatu Jasa	1.143
	<b>Total Skor</b>	<b>5.604</b>

Sumber data : Hasil pengamatan data tahun 2020

Dilihat dari tabel diatas, diketahui bahwa hasil rekapitulasi tanggapan responden terhadap 5 (lima) indikator yang digunakan penulis terhadap indikator pertama yaitu kualitas produk diperoleh dengan skor 1.158, indikator kedua yaitu kualitas pelayanan diperoleh dengan skor 1.079, indikator ketiga yaitu emosional diiperoleh dengan skor 1.123, indikator keempat yaitu harga diperoleh dengan skor 1.101 dan indikator terakhir yaitu biaya dan kemudahan untuk mendapatkan produk atau suatu jasa diperoleh dengan skor 1.143. Dengan total skor seluruhnya sebanyak 5.604.

Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai kelima indikator dapat dilihat melalui garis kontinum berikut ini :



**Gambar 1.** Garis Kontinum

Berdasarkan garis kontinum diatas dapat dijelaskan bahwa tanggapan responden mengenai variabel seluruh faktor mempengaruhi kepuasan pelanggan di Unit Layanan Pelanggan (ULP) Bagan Batu pada PT PLN (Persero) Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan (UP3) Dumai dapat dikategorikan Baik dengan total skor 5.604 rentang 4.350-6.525.

## 2. Faktor Penentu Kepuasan Konsumen

Setelah mengetahui secara jelas mengenai seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yang dilihat melalui 5 (lima) indikator, yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya dan kemudahan untuk mendapatkan produ atau suatu jasa. Maka dapat disimpulkan bahwa faktor penentu kepuasan pelanggan di Unit Layanan Pelanggan (ULP) Bagan Batu pada PT PLN (Persero) Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan (UP3) Dumai sebagai berikut:

### 1. Kualitas Produk

Kualitas produk dalam penelitian ini adalah barang atau jasa sesuai atau melebihi harapan pelanggan yang diberikan oleh Unit Layanan Pelanggan (ULP) Bagan Batu pada PT PLN (Persero) Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan (UP3) Dumai kepada pelanggan. Saat produk yang pelanggan gunakan sesuai dengan harapannya maka pelanggan akan puas, namun jika produk yang digunakan tidak sesuai dengan harapannya maka pelanggan tersebut tidak akan puas. Secara langsung kualitas produk akan menentukan kepuasan dari pelanggan. Adapun item yang dilihat adalah sebagai berikut: a). Ketahanan produk yang diberikan kepada pelanggan, dimana ketahanan produk yang diberikan kepada pelanggan merupakan salah satu hal yang akan menentukan apakah produk tersebut berkualitas atau tidak. Ketahanan produk yang diberikan diperlukan guna memberikan kepuasan kepada para pelanggan. b) Kinerja (*performance*) pelayanan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan pelanggan yang berarti kinerja (*performance*) pelayanan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kualitas suatu produk. Kinerja pelayanan yang diberikan harus sesuai dengan kebutuhan pelanggan, sehingga pelanggan dapat merasakan produk yang diberikan berkualitas, serta c) Kesesuaian produk yang ditawarkan berdasarkan permintaan pelanggan, dimana Produk yang diberikan akan dinilai oleh

pelanggan. Jika produk yang diberikan atau ditawarkan sesuai dengan permintaan pelanggan maka pelanggan akan memberikan penilaian yang baik kepada perusahaan. Begitu pula dengan Unit Layanan Pelanggan (ULP) Bagan Batu pada PT PLN (Persero) Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan (UP3) Dumai yang seharusnya menyesuaikan antara tarif listrik dan pelayanan dengan permintaan pelanggan.

### 2. Biaya Dan Kemudahan Untuk Mendapatkan Produk / Jasa

Biaya dan kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa merupakan faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Saat pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan dan mudah mendapat produk atau jasa maka penilaian pelanggan terhadap perusahaan akan lebih baik (Dedy Afrizal et al., 2021; Dedy Afrizal & Wallang, 2021). Dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan Unit Layanan Pelanggan (ULP) Bagan Batu pada PT PLN (Persero) Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan (UP3) Dumai perlu memberikan kemudahan pembayaran serta kemudahan dalam mendapatkan informasi mengenai kelistrikan hingga pelayanan dapat dikatakan berkualitas. Dengan kemudahan yang diberikan maka pelanggan akan merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh Unit Layanan Pelanggan (ULP) Bagan Batu pada PT PLN (Persero) Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan (UP3) Dumai.

Adapun item yang dilihat adalah sebagai berikut:

a). Kemudahan dalam mendapatkan produk atau jasa dari Unit Layanan Pelanggan (ULP) Bagan Batu, dimana terdapatnya kemudahan dalam mendapatkan produk akan mempengaruhi penilaian para pelanggan terhadap perusahaan. Begitu pula dengan ULP Bagan Batu pada PT PLN (Persero) UP3 Dumai, penilaian terhadap pelayanan yang diberikan dapat dipengaruhi oleh mudah atau tidaknya pelanggan dalam mendapatkan produk atau jasa dari perusahaan. Selain itu, b) Kemudahan dalam pembayaran atas produk atau jasa yang diberikan, hal ini dengan kemudahan dalam mendapatkan produk. Unit Layanan Pelanggan (ULP) Bagan Batu pada PT PLN (Persero) Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan (UP3) Dumai perlu memberikan kemudahan dalam pembayaran atas produk atau jasa yang diberikan untuk mendapatkan penilaian yang baik serta pelanggan akan merasakan puas, serta c) Kemudahan atas informasi yang diterima pelanggan dengan tidak mengeluarkan biaya tambahan dimana secara empiris pelanggan tentunya menginginkan kemudahan atas informasi yang ingin dia ketahui dengan tidak mengeluarkan biaya tambahan. Unit Layanan Pelanggan (ULP) Bagan Batu pada PT PLN (Persero) Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan (UP3) Dumai juga perlu memberikan



kemudahan kepada para pelanggannya atas informasi yang dibutuhkan pelanggan dengan tidak meminta biaya tambahan.

#### 4. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa dari lima konstruk, untuk kepuasan pelanggan diperoleh "BAIK" sedangkan faktor penentu dari 5 konstruk yang diuji diperoleh informasi yang mengejutkan, dimana kualitas produk dan biaya dan kemudahan untuk mendapatkan produk atau suatu jasa yang diberikan menjadi faktor penentu dalam kepuasan pelanggan di Unit Layanan Pelanggan (ULP) Bagan Batu pada PT PLN (Persero) Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan (UP3) Dumai.

Disarankan kepada manager Unit Layanan Pelanggan (ULP) Bagan Batu pada PT PLN (Persero) Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan (UP3) Dumai lebih meningkatkan kualitas karyawan seperti kemampuan karyawan dalam menanggapi dan membantu menyelesaikan keluhan pelanggan serta kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan dengan cepat, tepat dan akurat melalui keikutsertaan karyawan dalam kegiatan diklat dan pelatihan secara rutin serta menambah sarana dan prasarana dalam mendukung kegiatan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Hal ini penting dilakukan agar kepuasan pelanggan tetap terjaga dan bahkan akan meningkat seiring perbaikan yang terus dilakukan.

#### 5. REFERENSI

- Adinegara, J., Suprapti, N. W. S., Yasa, N. N. K., & Sukaatmadja, I. (2018). Antecedents and consequences of tourist satisfaction: a literature review. *ASEAN Marketing Journal*, 40–53.
- Afrizal, D. (2018). Analisis Kinerja Birokrasi Publik pada Dinas Sosial Kota Dumai. *SOROT*, 13(1), 53–62. <https://doi.org/https://doi.org/10.31258/sorot.13.1.5655>
- Afrizal, Dedy, Al-Amaren, E. M., & Yusuf, I. M. (2021). the Participation of the Breeders: Regional Regulation of Dumai City Concerning Livestock and Pets. *Yustisia Jurnal Hukum*, 10(1), 84. <https://doi.org/10.20961/yustisia.v10i1.49001>
- Afrizal, Dedy, & Wallang, M. (2021). Attitude on intention to use e-government in Indonesia. *Indonesian Journal of Electrical Engineering and Computer Science*, 22(1), 435–441. <https://doi.org/10.11591/ijeecs.v22.i1.pp435-441>
- Andriani, A. (2018). Hubungan Kualitas Pelayanan Kesehatan Puskesmas Pada Poli Umum Dengan Minat Masyarakat Untuk Berobat Diwilayah Kerja Puskesmas Gulai Bancah Bukittinggi Tahun 2017. *Afijah*, 1(1), 8–12.
- Aryani, D., & Rosinta, F. (2011). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan. *BISNIS & BIROKRASI: Jurnal Ilmu Administrasi Dan Organisasi*, 17(2).
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan pelanggan*. Unitomo Press.
- Meilanti, M., & Fitria, L. (2021). Strategi Pemasaran Produk Tabungan, Giro Dan Deposito PT. Bank Sinarmas Tbk Cabang Dumai. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pajak*, 1(1), 31–35.
- Perwira, B. T., Yulianto, E., & Kumadji, S. (2016). Pengaruh E-Service Quality Dan Perceived Value Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Mahasiswa S1 Universitas Brawijaya Yang Melakukan Transaksi Pembelian Online Dengan Mobile Application Tokopedia). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 38(2), 46–54.
- Santoso, S., & Asim. (2020). Pengaruh Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung Dunia Air Tawar Taman Mini Indonesia Indah. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 10(2), 112–116.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian manajemen*. CV. Alfabeta.