

The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction at PT. PLN (Persero) Amuntai Customer Service Unit

Nurul Hasanah¹, Ary Yudianto^{2*}, Haris Fadillah³, Santi⁴

^{1,2,3,4}Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai, Indonesia

*Corresponding Author: aryyudianto69@gmail.com

Submitted: 14/08/2025; Accepted: 13/10/2025; Published: 25/11/2025

Abstract: *This research at the PT. PLN (Persero) Amuntai Customer Service Unit aims to determine if customer satisfaction is impacted by service quality. The results of a basic linear regression statistical analysis were processed using SPSS statistics software version 22.0 as part of the quantitative methodology of this investigation. For this study, the sample consisted of 40 respondents. Among the analytical methods used in this study are the determination coefficient (R²), the t test (partial test), the validity and reliability tests, the basic linear regression analysis, and the traditional assumption test (normality). The results of the investigation show that the service quality variable has a positive and substantial influence on PT. PLN (Persero) ULP Amuntai's customer satisfaction. The correlation coefficient (R) of 0.965 shows a substantial and positive association between customer satisfaction (Y) and service quality (X). The fundamental linear regression equation that was generated is $Y = -2.250 + 0.603X$. The t-test (partial test) findings revealed that H_a was accepted whereas H_0 was rejected, with the computed t-value being $22.724 >$ the table t-value of 1.685 and the significance value being $0.000 < 0.05$. At PT. PLN (Persero) ULP Amuntai, the first hypothesis—that service quality has a positive and significant impact on customer satisfaction—has been validated and approved*

Keywords: *Service Quality, Customer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Kualitas pelayanan perusahaan menjadi unsur yang penting dalam upaya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Pelayanan perusahaan dapat dikatakan memuaskan apabila dapat memenuhi kriteria harapan dan kebutuhan konsumen. Konsumen yang telah merasa puas selanjutnya akan memiliki kedekatan emosi dengan perusahaan sehingga menjadi konsumen yang loyal. Konsumen yang loyal dapat meningkatkan kinerja bisnis perusahaan dan meningkatkan citra perusahaan di mata masyarakat. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, kualitas produk, harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta bersifat situasi sesaat. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa yang berfokus pada lima dimensi kualitas jasa, yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati.

Pada era globalisasi sekarang ini, menuntut BUMN (Badan Usaha Milik Negara) untuk meningkatkan pelayanan secara profesional sesuai dengan bidangnya masing-masing. Perubahan teknologi dan arus informasi yang sangat cepat telah mendorong perusahaan untuk menghasilkan produk atau layanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Sehingga, pelanggan merasa puas dengan apa yang telah mereka dapatkan dari perusahaan. BUMN (Badan Usaha Milik Negara) yang ada di Indonesia sangat berpengaruh dalam perkembangan dunia usaha dan masyarakat dalam menjalankan usahanya, karena perusahaan milik pemerintah tersebut telah memonopoli beberapa bidang usaha yang mengatur kehidupan dan kebutuhan hidup masyarakat. Dalam mengatur dan menjalankan usahanya, BUMN diatur dan dikelola oleh pemerintah karena sangat berhubungan dengan nasib masyarakat Indonesia. Badan Usaha Milik Negara tersebut, diharapkan dapat



memenuhi kebutuhan dan keinginan dari dunia usaha pada umumnya dan masyarakat pada khususnya. BUMN harus dapat memberikan kepuasan kepada masyarakat selaku konsumen dan memberikan citra yang baik di mata masyarakat dengan cara memberikan pelayanan yang berkualitas. Salah satunya yaitu PT. Perusahaan Listrik Negara (PLN) Persero merupakan BUMN penyedia tenaga listrik bagi kepentingan umum yang turut berkontribusi dalam meningkatkan kegiatan ekonomi dan meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat di Indonesia. Manusia menjadi sangat tergantung kepada listrik karena energi listrik menjadi sumber kebutuhan manusia dalam melakukan aktivitas terutama di sektor industri, rumah tangga, komunikasi dan teknologi. Begitu pentingnya listrik bagi kehidupan manusia maka PT. PLN (Persero) harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggannya sesuai dengan standar perusahaan. Untuk memenuhi harapan para pemangku kepentingan dan memajukan kesejahteraan masyarakat, PLN bertanggung jawab mengelola transmisi, sistem operasional, dan transaksi kelistrikan dengan standar layanan yang tinggi dan berskala internasional. PT PLN (Persero) ULP Amuntai berfungsi sebagai sub-unit di bawah unit pelaksana pelayanan (UP3), yang bertugas untuk mengelola pelayanan pelanggan dan jaringan distribusi listrik dengan lebih dekat di wilayah yang lebih kecil. ULP yang merupakan singkatan dari Unit Layanan Pelanggan tentunya berfokus pada pelaksanaan pelayanan kepada pelanggan.

Dalam menjalankan fungsinya, Unit Layanan Pelanggan (ULP) Amuntai telah menunjukkan kinerja Pelayanan prima. Hal ini dibuktikan dengan keramahan staf terhadap klien dan ketersediaan alat serta teknologi yang memudahkan proses pelayanan. Namun, terdapat kecenderungan di mana dalam menangani pengaduan terkait kerusakan atau gangguan kelistrikan, PLN ULP Amuntai lebih mengutamakan keluhan yang disampaikan melalui aplikasi PLN *Mobile* dibandingkan dengan pengaduan yang disampaikan secara langsung ke kantor.

Pendapat pelanggan tentang tingkat layanan yang diberikan oleh PT. PLN (Persero) ULP Amuntai dimaksudkan untuk dibagikan melalui survei ini. Evaluasi ini sangat penting sebagai dasar untuk peningkatan layanan guna mencapai tingkat kualitas layanan setinggi mungkin. Oleh karena itu, dengan meningkatkan mutu layanan yang ditawarkan, Unit Layanan Pelanggan Amuntai diharapkan dapat terus menjaga kepuasan dan kepercayaan pelanggan. Untuk menjaga relevansi penelitian dan mencegah perdebatan menjadi terlalu luas, penulis membatasi masalah penelitian pada dampak kualitas terhadap kepuasan pelanggan di ULP Amuntai, PT. PLN (Persero). Dengan demikian, rumusan masalahnya adalah apakah kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh tingkat layanan di ULP Amuntai, PT. PLN (Persero). tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. PLN (Persero) Unit Layanan Pelanggan Amuntai

TINJAUAN PUSTAKA

Hasil penelitian sebelumnya oleh (Raintung, Kalangi and Tamengkel, 2021) dalam studi berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan *Glad Beauty Care* Manado" menunjukkan bagaimana lima faktor independen—bukti fisik, kebisingan, jaminan, *responsivitas*, dan empati—memiliki dampak besar terhadap kepuasan konsumen. Dengan koefisien beta dan nilai t terbesar, variabel kinerja tinggi memiliki pengaruh paling kuat dibandingkan faktor lainnya, menurut uji t. Selain itu, studi "Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Urbans Travel" oleh (Mumtaza and Millanyani, 2023) menyatakan bahwa empat aspek kualitas layanan—jaminan, percakapan, empati, daya tanggap, dan bukti fisik—memiliki nilai positif dan dampak besar terhadap kepuasan pelanggan. Bukti fisik merupakan dimensi yang memiliki dampak terbesar, yang berarti

peningkatan pada area ini dapat menghasilkan peningkatan kepuasan pelanggan sebesar 51,0% bagi Urbans Travel. Lebih lanjut, sebuah studi berjudul "Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Taqwa Mulya 38B Banjarejo" oleh (Kurniya Ayu, 2023) pada tahun 2023 menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas layanan. Dengan skor R² sekitar 1, hasil uji koefisien korelasi (R²) sebesar 0,553 menunjukkan hubungan yang cukup kuat antara variabel independen dan dependen. Selain itu, variabel kualitas layanan memiliki dampak sebesar 30,6% terhadap kepuasan pelanggan, berdasarkan nilai R Square sebesar 0,306. Kualitas layanan adalah konsep beragam yang sangat penting dalam menentukan kesuksesan suatu perusahaan, baik di sektor swasta maupun publik.

Pada dasarnya, kualitas layanan merujuk pada seberapa cocok ekspektasi pelanggan dengan pengalaman layanan yang mereka dapatkan. Definisi ini menyoroti bahwa kualitas layanan bersifat subjektif. Penilaian tidak hanya berdasar pada aspek objektif dari cara layanan disampaikan, tetapi juga bagaimana individu menafsirkan pengalaman tersebut. Pandangan ini menekankan bahwa untuk mencapai kualitas pelayanan yang optimal, sebuah perusahaan perlu tidak hanya memusatkan perhatian pada efisiensi operasional, tetapi juga pada pemahaman mendalam tentang kebutuhan, keinginan, dan garapan target segmen pelanggan mereka. Menurut penelitian, Kepuasan klien dipengaruhi oleh kualitas layanan. Meskipun opini pelanggan bersifat eterik, opini tersebut dapat diklasifikasikan sebagai kualitas layanan. Sebagaimana dinyatakan oleh Kotler dan Keller (2016: 284) dalam (Widiarta and Mayasari, 2023), ada 5 indikator yaitu:

1. Keandalan: Kapasitas bisnis untuk menyediakan layanan sesuai kesepakatan, tepat, konsisten, dan dapat diandalkan.
2. Daya Tanggap: Ini mengacu pada kapasitas untuk mendengarkan dan menyelesaikan masalah klien sekaligus menawarkan layanan yang tepat waktu.
3. Jaminan: Metrik ini menilai profesionalisme, kesopanan, dan keandalan karyawan.
4. Empati: Ini melibatkan pemberian perhatian yang tulus dan personal kepada klien dalam upaya memahami kebutuhan mereka.
5. *Tangible*: Menyangkut tampilan fasilitas fisik dan kualitas peralatan yang digunakan untuk melayani klien.

Kepuasan pelanggan adalah tolak ukur utama keberhasilan sebuah organisasi, baik itu bisnis maupun nirlaba, dalam memenuhi apa yang diharapkan dan dibutuhkan oleh konsumennya. Secara garis besar, kepuasan pelanggan bisa diartikan sebagai perasaan pelanggan setelah menggunakan layanan, di mana pengalaman yang mereka rasakan sesuai atau bahkan melampaui harapan awal mereka. Ini berarti ada proses perbandingan antara apa yang dibayangkan pelanggan sebelum membeli dengan apa yang benar-benar mereka alami setelahnya. Kepuasan pelanggan adalah reaksi yang ditunjukkan konsumen saat mereka membandingkan kinerja atau hasil yang mereka peroleh dengan harapan mereka. (Sanjaya, 2019) mengutip Indrasari (2019:92) yang mengusulkan sejumlah metrik untuk mengevaluasi kebahagiaan pelanggan, seperti:

1. Kesesuaian dengan Harapan: Kepuasan pelanggan merupakan tolak ukur seberapa baik kinerja bisnis dalam kaitannya dengan harapan pelanggan, alih-alih menjadi pengukuran langsung.
2. Keinginan berkunjung kembali: Apakah konsumen bermaksud melakukan pembelian lagi atau memanfaatkan layanan perusahaan adalah salah satu pendekatan untuk mengukur tingkat kebahagiaan mereka.
3. Kesiapan untuk Merekomendasikan: menanyakan kepada pelanggan apakah mereka bersedia merekomendasikan barang atau jasa kepada teman, keluarga, atau orang lain di sekitar mereka.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di Unit Pelayanan Pelanggan Amuntai PT PLN (Persero) yang berlokasi di Jl. Norman Umar, Kebun Sari, Kecamatan Amuntai Utara, Kabupaten Hulu Sungai Utara, PT. PLN (Persero) Unit Pelayanan Pelanggan Amuntai merupakan anak perusahaan Listrik Negara. Untuk mengkarakterisasi ciri atau kejadian tertentu secara objektif dan metodis menggunakan data numerik, penelitian ini menggunakan metodologi deskriptif kuantitatif. Jumlah pasti responden dalam survei ini belum diketahui, namun semuanya adalah konsumen Unit Layanan Pelanggan PT. PLN (Persero) Amuntai. Dengan menggunakan rumus Hair, para peneliti memperoleh total 40 responden dengan menggabungkan pendekatan pengambilan sampel non-probabilitas dengan metodologi pengambilan sampel bertujuan.

Dalam proses pengumpulan data, peneliti menggunakan beberapa teknik sebagai berikut:

1. Kuesioner

Dalam kajian ini, angket yang berisi daftar pertanyaan dibagikan kepada responden sampel di Unit Layanan Pelanggan PT. PLN (Persero) Amuntai. Angket ini dibuat khusus untuk dibagikan kepada pelanggan perusahaan guna mengumpulkan informasi. Dalam angket ini, ada banyak pertanyaan yang memiliki kaitan dengan berbagai aspek kualitas pelayanan perusahaan dan bagaimana kualitas tersebut mempengaruhi kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, kajian ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang hubungan antara kepuasan pelanggan di lingkungan layanan listrik dan kualitas layanan.

2. Dokumentasi

Setelah dikumpulkan dengan berbagai cara, data yang diperlukan untuk kajian ini dicatat dan di analisa secara menyeluruh untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam. Data yang digunakan dalam studi pustaka ini berasal dari penelitian sebelumnya yang relevan dan didukung oleh literatur lain, seperti buku akademis, artikel jurnal ilmiah dan sumber lain yang dapat diandalkan. Tujuan dari proses ini adalah untuk memastikan bahwa informasi yang didapat tidak hanya akurat tetapi juga menyeluruh, sehingga dapat memberi fondasi yang kuat untuk analisa dan interpretasi temuan penelitian. Oleh sebab itu, diharapkan bahwa kajian ini akan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pemahaman tentang topik yang diteliti.

Para peneliti menggunakan kuesioner mandiri untuk mengumpulkan data, yang memungkinkan responden untuk mengisinya dengan lebih cepat dan mudah. Tujuan dari digunakannya cara tersebut untuk mengajukan serangkaian pertanyaan kepada setiap peserta penelitian adalah untuk mengumpulkan informasi yang relevan untuk menyusun penelitian secara tersruktur. Para peneliti dapat memperoleh informasi yang lebih spesifik tentang opini dan sikap responden dengan mengukur variabel yang diteliti menggunakan skala Likert. Skala Likert biasanya memiliki lima kemungkinan respons:

1. Skor Sangat Setuju (SS) sebesar 5
2. Skor Setuju (S) sebesar 4
3. Skor Ragu-ragu (RG) sebesar 3
4. Skor Tidak Setuju (TS) sebesar 2
5. Skor Sangat Tidak Setuju (STS) sebesar 1

Untuk memverifikasi validitas dan reliabilitas variabel independen dan dependen yang digunakan dalam penelitian ini, berbagai metode, termasuk uji validitas dan reliabilitas, digunakan dalam proses analisis data. Untuk memastikan data yang dikumpulkan memenuhi praduga yang diperlukan untuk analisis tambahan, peneliti juga



melakukan pemeriksaan asumsi standar, seperti uji normalitas data. Analisis regresi linier dasar digunakan untuk menetapkan hubungan antara variabel, dan kemudian uji regresi parsial digunakan untuk menilai signifikansi pengaruh setiap variabel. Selain itu, uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk menilai sejauh mana faktor independen memengaruhi variabel dependen.

Program statistik SPSS versi 22, yang sering digunakan dalam analisis data kuantitatif, digunakan untuk melakukan semua pengujian ini. Di PT. PLN (Persero) ULP Amuntai, studi ini diharapkan dapat memberikan informasi mendalam tentang bagaimana kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas layanan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengevaluasi keandalan kuesioner yang digunakan. Jika terdapat korelasi substansial antara setiap pertanyaan pada kuesioner, kuesioner tersebut dianggap valid. Selain itu, uji validitas membantu menentukan apakah item kuesioner harus dihilangkan atau diubah karena dianggap tidak diperlukan. Tabel berikut ini menampilkan hasil uji validitas variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) penelitian:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X)

Item	r tabel	r hitung	Dinyatakan
X1	0,312	0,813	Valid
X2	0,312	0,869	Valid
X3	0,312	0,692	Valid
X4	0,312	0,779	Valid
X5	0,312	0,806	Valid
X6	0,312	0,776	Valid
X7	0,312	0,752	Valid
X8	0,312	0,821	Valid
X9	0,312	0,903	Valid
X10	0,312	0,870	Valid
X11	0,312	0,886	Valid
X12	0,312	0,905	Valid
X13	0,312	0,846	Valid
X14	0,312	0,765	Valid
X15	0,312	0,754	Valid
X16	0,312	0,902	Valid

Sumber: Data Diolah, 2025

Untuk item X1, nilai r yang dihitung adalah 0,813; untuk item X2 dan X3, hasil penelitian menunjukkan bahwa 16 item analisis yang berkaitan dengan variabel kualitas layanan (X) dianggap dapat diterima karena nilai r yang dihitung lebih besar dari nilai r tabel sebesar 0,312. Oleh karena itu, masing-masing pertanyaan ini dapat digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan klien.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Item	r tabel	r hitung	Dinyatakan
Y1	0,312	0,908	Valid
Y2	0,312	0,774	Valid
Y3	0,312	0,738	Valid
Y4	0,312	0,845	Valid
Y5	0,312	0,849	Valid
Y6	0,312	0,916	Valid
Y7	0,312	0,901	Valid
X8	0,312	0,930	Valid
X9	0,312	0,894	Valid

Sumber: Data Diolah, 2025

Nilai r hitung untuk item Y1 adalah 0,908, Y2 0,774, Y3 0,738, Y4 0,845, Y5 0,849, Y6 0,916, Y7 0,901, Y8 0,930, dan Y9 0,894, berdasarkan analisis data yang dilakukan dengan SPSS, Pemeriksaan data menunjukkan bahwa sembilan klaim yang berkaitan dengan variabel kepuasan pelanggan (Y) dianggap valid karena nilai r hitung melebihi nilai r tabel sebesar 0,312, seperti yang diilustrasikan tabel di atas. Hasilnya, Anda dapat mengandalkan setiap komentar untuk mengukur kepuasan klien.

Uji Reliabilitas

Dengan skor *Cronbach's Alpha* di atas 0,70, uji reliabilitas membandingkan item-item pernyataan satu sama lain. Tabel berikut menampilkan temuan uji reliabilitas yang dilakukan pada variabel X dan Y dalam penelitian ini: Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Y

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Tingkat Signifikansi	Dinyatakan
1	Kualitas Pelayanan (X)	0,967	0,70	Reliabel
2	Kepuasan Pelanggan (Y)	0,955	0,70	Reliabel

Sumber: Data Diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan pada variabel kepuasan pelanggan (Y) dan kualitas layanan (X) reliabel. Nilai *Cronbach's Alpha* kedua variabel tersebut lebih dari 0,70, dengan nilai X dan Y masing-masing sebesar 0,967 dan 0,955.

Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas)

Keteraturan distribusi data dalam penelitian ini dinilai menggunakan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov*. Data dianggap terdistribusi secara teratur jika nilai probabilitas yang dihasilkan lebih tinggi dari 0,05. Sebaliknya, data tidak terdistribusi normal jika nilai probabilitasnya kurang dari atau sama dengan 0,05. Tabel berikut menampilkan temuan uji asumsi tradisional yang berkaitan dengan kenormalan dalam penelitian ini

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.06351172
Most Extreme Differences	Absolute	.107
	Positive	.107
	Negative	-.099
Test Statistic		.107
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Data Diolah, 2025

Asymp. Sig. (2-tailed) memiliki nilai signifikansi 0,200, yang lebih tinggi dari 0,05, ditemukan dalam temuan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov* satu sampel yang ditampilkan dalam tabel di atas. Hasilnya, residual memenuhi kondisi uji normalitas dan menunjukkan distribusi normal.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Hasil penggunaan program SPSS versi 22 yaitu:

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-2.250	1.583		-1.421	.163
Kualitas Pelayanan	.603	.027	.965	22.724	.000

Sumber: Data Diolah, 2025

Berdasarkan temuan uji regresi linier dasar yang ditampilkan dalam tabel sebelumnya, persamaan regresi berikut dihasilkan:

1. "Nilai konstan dari *Unstandardized Coefficients*. Dalam hal ini, nilai a sebesar (-2,250), yang secara sistematis menunjukkan bahwa ketika kualitas pelayanan bernilai 0, kepuasan pelanggan akan berada pada angka -2,250"
2. "Nilai koefisien regresi yang sebesar 0,603. Ini berarti bahwa jika variabel kualitas pelayanan meningkat sebesar 1 satuan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,603 (60,3%)".
3. Mengingat koefisien regresi positif, dapat dikatakan Kualitas layanan memiliki dampak positif terhadap kepuasan klien. Akibatnya, persamaan regresi yang dihasilkan adalah $Y = -2,250 + 0,603X$.

Uji Hipotesis

Temuan uji-t, yang diperoleh melalui pengolahan data dengan perangkat lunak SPSS versi 22, disusun:

Tabel 6. Hasil Uji t (Uji Parsial)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-2.250	1.583		-1.421	.163
Kualitas Pelayanan	.603	.027	.965	22.724	.000

Sumber: Data Diolah, 2025

Untuk menguji hipotesis, nilai t hitung dibandingkan dengan tabel t. Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Jika nilai t hitung lebih besar dari tabel t atau nilai signifikansi kurang dari α (0,05), maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan. Di sisi lain, tidak terdapat pengaruh yang signifikan jika nilai signifikansi lebih tinggi dari α (0,05) atau nilai t hitung lebih kecil dari tabel t. Derajat kebebasan (df) $n-2$, atau $df = 40 - 2 = 38$, adalah hasil t-tabel pada tingkat signifikansi 0,05, yaitu 1,685. Tabel ini konsisten dengan nilai t hitung sebesar 22,724, yang memiliki tingkat signifikansi 0,000. Mengingat uji-t digunakan untuk menolak hipotesis nol (H_0) dan menerima hipotesis alternatif (H_a), nilai t hitung sebesar 22,724 lebih besar daripada nilai t-tabel sebesar 1,685, dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hal ini, kepuasan pelanggan dan kualitas layanan berkorelasi positif dan signifikan.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tujuan uji ini adalah untuk mengukur seberapa besar variabel independen memengaruhi variabel dependen. Korelasi yang tinggi antara variabel independen dan dependen ditunjukkan dengan nilai R^2 sebesar 100%. Di sisi lain, jika nilai R^2 nol, tidak terdapat korelasi antara variabel independen dan dependen. Tingkat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen ditunjukkan oleh nilai R^2 . Semakin rendah nilai R^2 , semakin kecil kemampuan variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen. Tabel berikut menampilkan hasil uji:

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.965 ^a	.931	.930	2.090

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Sumber: Data Diolah, 2025

Pada tabel di bawah ini, koefisien korelasi, atau R^2 , adalah 0,965. Dengan nilai R^2 sekitar 1, baik variabel independen (kualitas layanan) maupun variabel dependen (kepuasan pelanggan) cukup kuat. Hal ini menunjukkan bahwa nilai variabel X dan Y memiliki hubungan yang proporsional. Kualitas layanan juga berdampak pada 93,1% kepuasan pelanggan, berdasarkan nilai koefisien R^2 sebesar 0,931. Faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini berdampak pada 7,9% sisanya.



KESIMPULAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis regresi linier sederhana dengan persamaan $Y = -2,250 + 0,603X$, dengan koefisien konstanta -2,250. Hal ini menunjukkan bahwa jika nilai kualitas layanan dianggap nol atau konstan, maka kepuasan pelanggan akan berada pada nilai -2,250. Nilai t hitung yang diestimasi sebesar 22,724 lebih tinggi daripada nilai t tabel sebesar 1,685, berdasarkan hasil uji-t (uji parsial), dan nilai signifikansinya adalah 0,000, yang berarti lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang signifikan secara statistik antara kepuasan pelanggan dengan kualitas layanan. Selain itu, hubungan yang kuat antara variabel bebas (kualitas layanan) dengan variabel komitmen (kepuasan pelanggan) ditunjukkan dengan koefisien korelasi (R) sebesar 0,965. Dengan kata lain, ketika kualitas layanan diteliti, kepuasan pelanggan pun ikut diteliti. Kualitas layanan memengaruhi 93,1% kepuasan pelanggan, berdasarkan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,931, sementara kriteria lain yang tidak tercakup dalam studi ini memengaruhi 7,9% kepuasan. Hal ini menunjukkan betapa besarnya pendapat pelanggan di PT. PLN (Persero) ULP Amuntai memengaruhi tingkat kepuasan mereka terhadap kualitas layanan yang mereka terima. Unit Pelayanan Pelanggan PT. PLN (Persero) Amuntai mempunyai kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan yang sangat baik dan patut diperhatikan, berdasarkan analisis kedua variabel tersebut. Dengan demikian, ketika PT. PLN (Persero) Amuntai memberikan layanan yang prima, pelanggan akan merasa puas dengan bisnis tersebut. Temuan ini menguatkan pandangan bahwa Unit Layanan Pelanggan PT. PLN (Persero) Amuntai harus senantiasa menjaga dan memperbaiki standar layanan mereka, terutama pada aspek yang paling berdampak pada kepuasan pelanggan. Dengan memfokuskan upaya peningkatan pada aspek tersebut, perusahaan berkesempatan besar untuk membangun citra yang lebih baik di mata pelanggan, yang pada akhirnya akan memperkuat kesetiaan mereka terhadap Unit Layanan Pelanggan PLN Amuntai.

DAFTAR PUSTAKA

- Kurniya Ayu, N. (2023) *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Taqwa Mulya 38B Banjarejo*.
- Mumtaza, F.A. and Millanyani, H. (2023) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Urbans Travel', *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2), pp. 1645–1661. Available at: <https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3242>.
- Raintung, R.N.R., Kalangi, J.A.F. and Tamengkel, L.F. (2021) 'Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Glad Beauty Care Manado', *Productivity*, 2(2), pp. 140–145.
- Sanjaya, I. (2019) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hans Inn Hotel Di Kota Batam', *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), pp. 1689–1699.
- Widiarta, I.K. and Mayasari, N.M.D.A. (2023) 'Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Zodiac Coffee & Co Cabang Karangasem', *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 6(2), pp. 585–592. Available at: <https://doi.org/10.23887/jmpp.v6i2.59132>

