

PENGARUH TINGKAT KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN LISTRIK PINTAR PRABAYAR DI PT. PLN (PERSERO) AREA PELAYANAN SURABAYA

Pisciesha Qudsi Auliya¹

Mahasiswa Program Studi Ilmu Administrasi Negara, FISIP, Universitas Airlangga

Abstract

The purpose of this study was to know the effect of the level of service quality on customer satisfaction levels Listrik Pintar Prabayar (Token) at PT. PLN (Persero) Surabaya service area. The underlying problem is the phenomenon of customers who complained about the metering and billing amount of uncertainty every month. Based on the analysis of data obtained showed the independent variable is the quality of service (X) has a positive effect on the dependent variable is customer satisfaction (Y), this is evidenced by the Standardized Beta Coefficients of 0,972. Directions positive influence shows that the relationship of service quality and customer satisfaction is a linear or unidirectional. The R^2 of the study amounted to 94.4% means that customer satisfaction is influenced by the quality of service. The results of the Kruskal Wallis test on the quality of service equal to 0.519 and customer satisfaction at 0.662, meaning that there are no significant differences among the three areas of service PT. PLN (Persero) in Surabaya. West Surabaya service area has a level of service quality and lowest satisfaction of the entire service area in Surabaya.

Keywords: Quality of Service, Customer Satisfaction, PT. PLN (Persero) Surabaya

Pendahuluan

Fungsi suatu negara sendiri adalah memberikan pelayanan yang maksimal dan sesuai dengan standar kepada masyarakat melalui pelayanan pemerintahan baik di Pusat, Daerah, dan di lingkungan Badan Usaha Milik Negara atau Badan Usaha Milik Daerah, dan organisasi masyarakat. Oleh karena itu pelayanan yang diberikan kepada masyarakat haruslah sesuai dengan standarkualitaspelayanan yang telahditetapkanolehpihakperusahaan, yang diorientasikanuntukmenciptakankepuasanmasyarakat. Di suatu negara atau pemerintahan pelayanan disebut sebagai pelayanan publik atau pelayanan pemerintahan.

Pelayanan publik di Indonesia masih belum dapat dikatakan baik karena masih banyak keluhan dari masyarakat mengenai jeleknya pelayanan yang diberikan. Keluhan yang ditujukan kepada aparat pelayanan sifatnya hanya ditampung, dijanjikan untuk diselesaikan, dan yang paling sering adalah petugas melempar tanggung jawab kepada petugas lain.

Di Indonesia pelayanan publik tidak hanya dari instansi pemerintah saja, melainkan juga ada badan usaha yangdimiliki oleh negara yang memberikan pelayanan kepada masyarakat. Badan usaha tersebut dikelola atas nama Indonesia yang didasarkan dengan UUD Negara 1945 dengan modal yang dimiliki Indonesia. BUMN atau Badan Usaha Milik Negara merupakan badan yang dimiliki oleh negara.

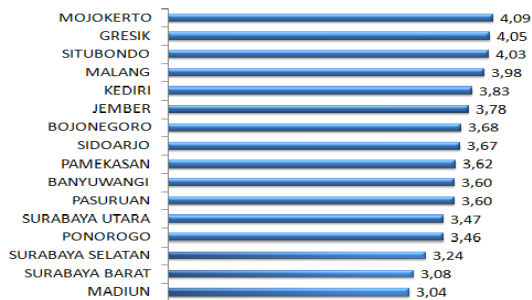
Pelayanan publik dalam bidang kelistrikan dinaungi oleh perusahaan BUMN yaitu PT.PLN (Persero) yang merupakan perusahaan satu-satunya di Indonesia yang mengontrol, menyediakan, dan melayani kebutuhan listrik masyarakat dengan kapasitas *voltage* yang berbeda-beda di setiap rumahnya tergantung dengan kebutuhan di rumah tersebut. Semakin banyak peralatan rumah dengan tingkat*voltage*nya, maka semakin tinggi pula kebutuhan *voltage* di rumah tersebut sehingga diharuskan untuk menambah daya pada rumah tersebut.

Sebagai penyelenggara jasa layanan kelistrikan PT. PLN (Persero) melayani sekitar 786.631 pelanggan di seluruh Kota Surabaya yang meliputi sektor sosial, rumah tangga, bisnis, pemerintahan, industri, dan keperluan multiguna lainnya.

Wilayah usaha yang berada di Surabaya melayani area pelayanan yaitu sebagai berikut :

- 1.Area Surabaya Selatan.
- 2.Area Surabaya Utara.
- 3.Area Surabaya Barat.

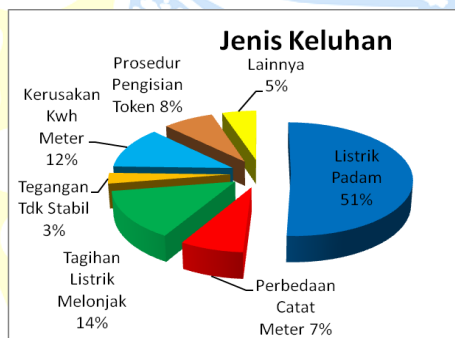
Menurut data PLN tahun 2014 menunjukkan bahwa area pelayanan Surabaya masih tergolong rendah, hal ini didukung dengan data IKM PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur pada gambar di bawah ini :



Gambar 1.1 Grafik Nilai IKM PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur

(Sumber : Data Distribusi Jawa Timur 2014)

Berdasarkan nilai IKM di area pelayanan Surabaya ini masih belum dikatakan maksimal, karena masih banyak keluhan-keluhan masyarakat mengenai pelayanan yang diberikan. Keluhan yang ada pada pelayanan di bidang kelistrikan antara lain sebagai berikut :



Gambar 1.2 Jenis Keluhan Pelanggan PT.PLN (Persero)

(Sumber :Data PLN Distribusi Jawa Timur 2014)

Berdasarkan jenis keluhan Pelanggan PT. PLN (Persero) diatas, menunjukkan bahwa keluhan yang paling banyak disampaikan oleh pelanggan adalah listrik padam yang mencapai 51% dan yang paling sedikit adalah tegangan listrik yang tidak stabil hanya sebesar 3%. Jenis keluhan lainnya yang dimaksud pada gambar diatas yaitu :

- a. Jaringan instalasi tidak rapi.
- b. Korsleting listrik.
- c. Terbatasnya tempat untuk membeli Token.
- d. Pulsa Token yang cepat habis.

Dapat diketahui bahwa jenis keluhan yang diterima oleh pihak PT. PLN (Persero) tidak hanya listrik padam, namun adanya jenis keluhan lain yang diterima antara lain yaitu tagihan listrik yang melonjak, kerusakan kWh meter, prosedur pengisian Token, perbedaan catat meter, tegangan tidak stabil, dan

keluhan yang lainnya. Dari beberapa jenis keluhan tersebut, jenis keluhan tagihan listrik yang melonjak dan perbedaan catat meter juga masih terbilang besar daripada jenis keluhan lain.

Sesuai dengan komitmen PT. PLN (Persero) yang akan terus meningkatkan pelayanan untuk memberi kepuasan para pelanggan, maka PT. PLN (Persero) menciptakan suatu inovasi untuk memberikan rekomendasi dan solusi dari keluhan pelanggan mengenai tagihan listrik yang melonjak dan perbedaan catat meter. Inovasi yang diberikan adalah dengan membuat program Listrik Pintar Prabayar (Token), yaitu pelanggan mengeluarkan uang/biaya terlebih dahulu untuk membeli energi listrik yang akan dikonsumsi. Besar energi listrik yang telah dibeli oleh pelanggan dimasukkan ke dalam Meter Prabayar (MPB) yang terpasang dilokasi pelanggan melalui sistem "Token" (pulsa) atau *stroom*. MPB menyediakan informasi jumlah energi listrik (kWh) yang masih bisa dikonsumsi. Persediaan kWh tersebut bisa ditambah berapa saja dan kapan saja sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Latar belakang diluncurkannya program ini sebagai wujud komitmen PT. PLN (Persero) untuk terus meningkatkan pelayanannya kepada pelanggan dengan berbagai bentuk inovasi. Selama ini banyak pelanggan mengeluhkan mengenai pencatatan meter dan jumlah tagihan yang tidak menentu setiap bulan. Dengan adanya Listrik Pra Bayar pelanggan bisa lebih mudah mengoptimalkan konsumsi listrik dengan mengatur sendiri jadwal dan jumlah pembelian listrik. Dengan menggunakan Listrik Pintar Prabayar, pelanggan tidak perlu berurusan dengan pencatatan meter yang biasa dilakukan setiap bulan dan tidak perlu terikat dengan jadwal pembayaran listrik bulanan.

Penelitian ini akan memfokuskan pada pemasangan APP Token, mengingat interaksi pelayanan terjadi pada saat pengajuan dan pemasangan Token yang melibatkan *customer service*, *call center*, dan petugas lapangan. Ketika APP Token sudah terpasang di rumah pelanggan, maka sudah tidak terdapat lagi aktivitas pelayanan sehingga tidak dapat diukur bagaimana tingkat kualitas pelayanan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Aktivitas pelayanan akan terjadi kembali pada saat APP Token mengalami permasalahan, namun tidak semua masyarakat mengalami permasalahan pada Token sehingga penelitian ini difokuskan pada permasalahan APP Token.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah, apakah terdapat pengaruh tingkat kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan Listrik Pintar Prabayar (Token) di PT. PLN (Persero) area pelayanan Surabaya?

Berdasarkan rumusan yang telah disebutkan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah, untuk mengetahui pengaruh tingkat kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan Listrik Pintar

Prabayar (Token) di PT. PLN (Persero) area pelayanan Surabaya.

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan, baik teoritis maupun praktis terhadap permasalahan yang berkaitan dengan penelitian. Adapun manfaat yang ingin dicapai antara lain:

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini melatih peneliti untuk berpikir kritis, sistematis, serta lebih peka terhadap masalah publik. Selain itu penelitian ini akan menambah literatur keilmuan mengenai tingkat kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan pelanggan, serta penelitian ini memberikan informasi bagi penelitian serupa di masa akan datang.

2. Manfaat Praktis

Bagi Intansi Penelitian: Sebagai bahan masukan, pertimbangan dan bahan evaluasi dalam kajian tingkat kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan di PT. PLN (Persero) area pelayanan Surabaya.

Landasan Teori

Pelayanan Publik

Menurut Gronroos dalam Winarti pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan. (Atik Septi Winarti & Ratminto 2005:2). Menurut Albercht dalam Ibrahim bahwa pelayanan itu pendekatan yang lengkap yang membuahkan kualitas pelayanan, kualitas pelayanan itu adalah persepsi pelanggan/masyarakat bukannya persepsi dari pemberi pelayanan, pelayanan itu merupakan penggerak utama bagi operasional kegiatan bisnis (atau organisasi pemberi pelayanan apapun nama dan jenisnya). Dari rumusan ini terlihat sekali lagi bahwa pelayanan mempunyai fungsi yang penting dalam kegiatan bisnis/organisasi. (H.M.Amin Ibrahim 2008:2). Menurut UU No. 25 Tahun 2009 Tentang Pelayanan Publik, pelayanan publik adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan/atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara publik.

Kualitas Pelayanan

Menurut Kasmir dalam buku Pasolong bahwa pelayanan yang baik adalah kemampuan seseorang dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan standar yang ditentukan. Menurut Pasolong konsep kualitas pelayanan dapat pula dipahami melalui "consumer behavior" (perilaku konsumen) yaitu perilaku yang dimainkan oleh konsumen dalam

mencari, membeli, menggunakan dan mengevaluasi suatu produk pelayanan yang diharapkan mampu memenuhi kebutuhannya. (Harbani Pasolong 2007:135). Keputusan konsumen untuk mengkonsumsi atau tidak mengkonsumsi suatu barang atau jasa dipengaruhi berbagai faktor, antara lain persepsinya terhadap kualitas pelayanan. Hal ini menunjukkan adanya interaksi yang kuat antara kepuasan konsumen dengan kualitas pelayanan. (Harbani Pasolong 2007:135) Menurut Dwiyanto pelayanan publik harus mengarah pada hal yang lebih baik. Sehingga apa yang diberikan oleh pelayanan publik itu akan mencapai hal yang ideal. Untuk mencapai hal tersebut terdapat komponen-komponen tertentu yang harus diperhatikan oleh para penyedia pelayanan. Komponen tersebut adalah :

1. *Tangible* (bukti fisik) meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi. Hal ini bisa berarti penampilan fasilitas fisik, seperti gedung dan ruangan *front office*, tersedianya tempat parkir, keberhasilan, kerapian dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan komunikasi, dan penampilan karyawan. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk memberikan impresi yang positif terhadap kualitas layanan yang diberikan tetapi tidak menyebabkan harapan pelanggan yang terlalu tinggi. Hal ini meliputi lingkungan fisik seperti *exterior* dan *interior* bangunan, penampilan personil yang rapi dan menarik saat memberikan jasa. Adapun indikator dari *tangible* yaitu :

- Kemudahan akses dalam proses pelayanan.
- Kenyamanan dalam proses pelayanan.
- Kemudahan dalam bertransaksi.
- Kedisiplinan petugas dalam melakukan pelayanan.

2. *Reliability* (keandalan) merupakan kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Hal ini berarti perusahaan memberikan jasanya secara tepat semenjak saat pertama (*right the first time*). Selain itu juga berarti bahwa perusahaan yang bersangkutan memenuhi janjinya, misalnya menyampaikan jasanya sesuai dengan jadwal yang disepakati. Dalam unsur ini, pemasar dituntut untuk menyediakan produk/jasa yang handal. Produk/jasa jangan sampai mengalami kerusakan/kegagalan. Dengan kata lain, produk/jasa tersebut harus selalu baik. Para anggota perusahaan juga harus jujur dalam menyelesaikan masalah sehingga pelanggan tidak merasa ditipu. Selain itu, pemasar harus tepat janji bila menjanjikan sesuatu kepada pelanggan. Sekali lagi perlu diperhatikan bahwa janji bukan sekedar janji, namun janji harus ditepati. Indikator dalam *reliability* yaitu :

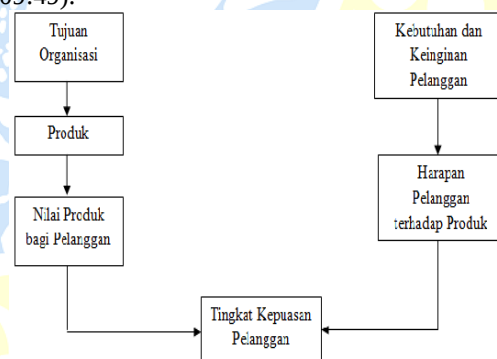
- Kecermatan petugas untuk melayani pelanggan.

- b. Kemampuan petugas atau aparatur dalam menggunakan alatbantu dalam proses pelayanan.
 - c. Memiliki standar pelayanan yang jelas.
 - d. Keahlian petugas dalam menggunakan alat bantu.
3. *Responsiveness* (daya tanggap) merupakan kemampuan untuk memberikan jasa dengan kesadaran dan keinginan para staf untuk membantu para konsumen dan memberikan layanan dengan tanggap. Daya tanggap dapat berarti tingkat respon, inisiatif, dan kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat, yang meliputi kecepatan karyawan dalam menangani transaksi dan kesigapan serta kesabaran penanganan dalam proses konsumsi jasa. Para anggota perusahaan harus memperhatikan janji spesifik kepada pelanggan. Unsur lain yang juga penting dalam elemen cepat tanggap ini adalah anggota perusahaan selalu siap membantu pelanggan. Apa pun posisi seseorang di perusahaan hendaknya selalu memperhatikan pelanggan yang menghubungi perusahaan. Terdapat indikator dalam *responsiveness* yaitu :
- a. Respon petugas dalam melayani pelanggan.
 - b. Melakukan pelayanan dengan cepat.
 - c. Melakukan pelayanan dengan tepat.
 - d. Melakukan pelayanan dengan cermat.
4. *Assurance* (jaminan) merupakan pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf; bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan. Pada saat persaingan sangat kompetitif, anggota perusahaan harus tampil lebih kompeten, artinya memiliki pengetahuan dan keahlian di bidang masing-masing. IBM (*International Business Machine*) sangat menekankan faktor-faktor tersebut kepada para teknisi yang menangani pemasangan dan layanan purna jual. Faktor *security*, yaitu memberikan rasa aman dan terjamin kepada pelanggan merupakan hal yang juga penting. Dalam situasi banyak pesaing, sangatlah beresiko bila menipu pelanggan. Selain itu anggota perusahaan harus bersikap ramah dengan menyapa pelanggan yang datang. Ada indikator dalam *assurance* yaitu :
- a. Karyawan memberi tahu konsumen, apa pelayanan yang dibutuhkan konsumen dan akan dikerjakan.
 - b. Perilaku karyawan yang memberikan ketenangan bagi konsumen bahwa transaksi yang dilakukannya terjamin.
 - c. Adanya kepastian waktu (tepat waktu).
 - d. Jaminan biaya.

- e. Jaminan legalitas dalam pelayanan.
5. *Empathy* (empati) merupakan kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para konsumen. Setiap anggota perusahaan hendaknya dapat mengelola waktu agar mudah dihubungi, baik melalui telepon ataupun bertemu langsung. Inti dari dimensi empati adalah menunjukkan kepada pelanggan melalui layanan yang diberikan bahwa pelanggan itu special, dan kebutuhan mereka dapat dipahami. Perusahaan juga harus berusaha untuk melakukan komunikasi individu agar hubungan dengan pelanggan terasa lebih akrab. Indikator yang terdapat dalam *empathy* yaitu :
- a. Mendahulukan kepentingan nasabah.
 - b. Petugas melayani dengan sikap ramah.
- (Agus Dwiyanto 2008:145)

Kepuasan Pelanggan

Dalam memberikan pelayanan kepada publik, instansi atau perusahaan harus mengutamakan kepuasan dari pelanggan atau masyarakat. Pemberi pelayanan harus banyak mendengar apa kebutuhan, keinginan masyarakat sebagai pelanggan dan apa pula yang tidak disukai masyarakat. Hal ini dapat didukung dengan komunikasi yang sehat, kebebasan pers yang bertanggung jawab kepada kepentingan umum. (Surjadi 2009:46). Willkie dalam Surjadi menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi produk atau jasa. (Surjadi 2009:49).



Gambar 1.4 Konsep Kepuasan Pelanggan Menurut Tjiptono.

(Sumber : Surjadi, *Pengembangan Kinerja Pelayanan Publik*, (Bandung : 2009), Hlm. 49)

Faktor terpenting yang harus diperhatikan dari penyedia layanan adalah kepuasan pelanggan jika pelanggan tidak puas, dia akan memutuskan hubungan dengan penyedia layanan atau bahkan akan bersikap *skeptis*. Semua upaya yang akan dilakukan oleh penyedia layanan untuk mencapai mutu dan

memberikan pelayanan yang unggul tidak ada artinya sama sekali jika penyedia layanan tidak berusaha untuk memuaskan pelanggan. Seorang pelanggan akan merasa puas jika kebutuhannya, secara nyata atau hanya anggapan, terpenuhi atau melebihi harapannya. (Richard F. Gerson 2004:3).

Menurut Keputusan Menpan no. KEP/25/M.PAN/2/2004 Tentang Pedoman Umum Penyusunan Indeks Kepuasan Masyarakat Unit Pelayanan Instansi Pemerintah menetapkan 14 unsur minimal yang harus ada untuk dasar pengukuran, yaitu :

1. Prosedur pelayanan.
2. Persyaratan pelayanan.
3. Kejelasan petugas pelayanan.
4. Kedisiplinan petugas pelayanan.
5. Tanggung jawab petugas pelayanan.
6. Kemampuan petugas pelayanan.
7. Kecepatan pelayanan.
8. Keadilan mendapat pelayanan.
9. Kesopanan dan keramahan pelayanan.
10. Kepastian jadwal pelayanan.
11. Kenyamanan lingkungan.
12. Keamanan pelayanan.

Dari pengukuran indeks kepuasan pelanggan ini dilakukan dengan pengisian kuesioner yang telah disiapkan oleh unit pelayanan instansi pemerintah tentang 14 unsur pelayanan tersebut, terdapat dua unsur kepuasan pelanggan yang tidak diukur dalam penelitian ini yakni kepastian biaya dan kewajiban biaya dengan pertimbangan bahwa program Listrik Pintar Prabayar (Token) merupakan produk PT. PLN (Persero) yang tidak berbayar. Pelanggan PLN yang mengajukan pemasangan Token tidak dibebankan biaya apapun dalam proses pemasangannya, dengan demikian tidak terdapat unsur kepastian dan kewajiban biaya yang dapat diukur. (Surjadi 2009:50).

Metode Penelitian

Tipe penelitian

Tipe penelitian ini adalah kuantitatif eksplanatif. Penelitian eksplanatif merupakan tipe penelitian yang bertujuan untuk menguji hipotesis-hipotesis tentang ada tidaknya hubungan sebab akibat antara variabel yang diteliti. Dengan demikian penelitian ini baru dapat dilakukan apabila informasi-informasi tentang masalah yang diteliti sudah cukup banyak, artinya telah ada teori sebelumnya dan telah ada penelitian empiris yang menguji berbagai hipotesis.

Populasi dan sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan PT. PLN (Persero) di Surabaya. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan sampel *cluster sampling* (area sampling). Pemilihan anggota sampel menggunakan teknik *cluster sampling* di tiga area pelayanan yaitu Surabaya Utara, Surabaya Selatan dan Surabaya Barat sejumlah unit rumah tangga yang menggunakan Token yang terpilih sejumlah 98

responden sesuai hasil perhitungan berdasarkan rumus sampel.

Teknik Pengumpulan Data

Data primer dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada 98 responden yang merupakan pelanggan Listrik Pintar Prabayar (Token) di PT. PLN (Persero) area pelayanan Surabaya.

Data sekunder diperoleh dari data dokumen yang berasal dari PT. PLN (Persero) dan literatur buku serta jurnal.

Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Dalam penelitian ini jumlah masyarakat Surabaya yang menggunakan Token sebagai populasi penelitian tidak diketahui jumlahnya, sehingga jumlah sampel ditentukan menggunakan formula Lemeshow dengan rumusan berikut ini :

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{d^2}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

Z = harga standar normal (1,967)

P = estimator populasi

d = interval/penyimpangan (0,10)

q = 1-p

Jadi besar sampel dapat dihitung sebagai berikut :

$$n = \frac{(1,967)^2 (0,5) (0,5)}{(0,1)^2} = 97,5$$

dibulatkan menjadi 98. Langkah selanjutnya dimulai pada tingkat area pelayanan. PT. PLN Persero Surabaya memiliki 3 area layanan yaitu Surabaya Utara, Selatan dan Barat. Setiap area layanan memiliki unit pelayanan dimana area Utara memiliki enam unit pelayanan, area Barat memiliki tiga unit pelayanan sedangkan area Selatan memiliki lima unit pelayanan. Peneliti memilih sejumlah unit pelayanan di setiap area layanan secara acak sehingga terpilih empat unit pelayanan dari area Utara, dua unit pelayanan dari area Barat dan tiga unit pelayanan dari area Selatan. Langkah selanjutnya adalah peneliti memilih sejumlah unit rumah tangga yang menggunakan Token yang terpilih sejumlah 98 responden sesuai hasil perhitungan berdasarkan rumus sampel. Kemudian dibagi berdasarkan unit rumah tangga di setiap area pelayanan yang unit pelayanannya telah dipilih, pada area pelayanan Surabaya Utara responden di sekitar unit pelayanan Embong Wungu dipilih sebanyak 12 responden, Perak, Indrapura, dan Kenjeran dipilih masing-masing sebanyak 11 orang. Pada area pelayanan Surabaya Selatan di sekitar unit pelayanan Karang Pilang dan

Taman dipilih masing-masing sebesar 10 responden. Pada area pelayanan Surabaya Barat di sekitar unit pelayanan Rungkut, Ngagel, dan Dukuh Kupang masing-masing dipilih sebesar 11 responden, jadi total keseluruhan dari responden yang tersebar di tiga area pelayanan di Surabaya sebesar 98 responden.

Pengukuran reliabilitas penelitian ini menggunakan cara *One Shot* atau pengukuran sekali saja yang dibantu oleh SPSS versi 20 dengan membandingkan nilai *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* > 0.60, sebaliknya variabel dinyatakan tidak reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* < 0.60. (Imam Ghazali 2006:45).

Lebih detail proses yang dilakukan peneliti setelah data terkumpul melalui kuesioner, yaitu dengan melakukan proses *editing*, *coding* dan tabulasi data. Setelah melakukan serangkaian proses diatas selanjutnya maka peneliti mulai menganalisa data dengan menggunakan analisis kuantitatif, yaitu analisis yang menitikberatkan pada pengujian hipotesa yang ada, yaitu khususnya menguji hipotesa nol. Pengujian hipotesa penelitian ini menggunakan program SPSS versi 20. Dalam penelitian ini, analisis kuantitatif yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Uji validitas penelitian ini dibantu dengan program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 20 yaitu dengan melakukan korelasi bivariate antar masing-masing skor indikator dengan total skor variabel. Kemudian hasil korelasi total atau "r" hitung dibandingkan dengan nilai "r" tabel *Product Moment*. Jika "r" hitung > "r" tabel maka pertanyaan dinyatakan valid, begitu juga sebaliknya jika "r" hitung < "r" tabel maka pertanyaan dinyatakan tidak valid, item pertanyaan yang tidak valid dibuang. (Suharsimi Arikunto 2006:168).

2. Pengukuran reliabilitas penelitian ini menggunakan cara *One Shot* atau pengukuran sekali saja yang dibantu oleh SPSS versi 20 dengan membandingkan nilai *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* > 0.60, sebaliknya variabel dinyatakan tidak reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* < 0.60. (Imam Ghazali 2006:45).

3. Uji Asumsi Klasik terdiri atas : normalitas, heteroskedastisitas, multikoleniaritas, dan autokolerasi. Namun peneliti hanya menggunakan uji normalitas dan heteroskedastisitas karena penelitian ini tidak memenuhi asumsi pada uji multikoleniaritas dan autokolerasi.

A. Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai

residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. (Imam Ghazali 2012:160). Pada penelitian ini menggunakan pendekatan *one-sample kolmogorov-smirnov test* dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut :

Nilai Probabilitas $\geq 0,05$, dengan $\alpha = 5\%$ maka hal ini berarti bahwa data tersebut berdistribusi normal.

Nilai Probabilitas < 0,05, dengan $\alpha = 5\%$ maka hal ini berarti bahwa data tersebut tidak berdistribusi normal.

B. Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka dapat disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas. Kebanyakan data *crossection* mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, dan besar). Dasar analisis dari uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut :

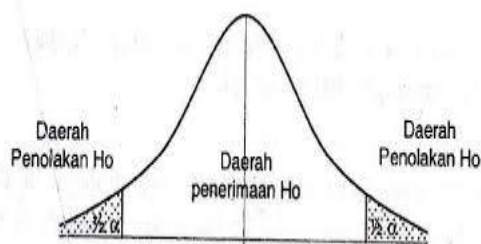
- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.

- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. (Imam Ghazali 2012:139).

4. Uji Regresi Linier Sederhana. Metode ini bertujuan untuk mengukur kekuatan asosiasi linear antara dua variabel. Dalam regresi, selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. (Imam Ghazali 2012:139). Uji Regresi Linier Sederhana dipilih sebagai teknik analisis data dalam penelitian inidengan pertimbangan uji regresi linier sederhana memungkinkan peneliti untuk mengetahui kekuatan asosiasi linear tingkat kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Listrik Pintar Prabayar (Token) PT. PLN (Persero) di Surabaya. Metode regresi dan korelasi biasa digunakan untuk analisis dua variabel, khususnya

untuk mengetahui hubungan antara kedua variabel tersebut. Dalam uji regresi linier terdiri atas:

- a. Signifikansi. Signifikansi harus diikuti dengan arah pengaruh, dimana jika arah pengaruh positif maka signifikansi juga positif, sebaliknya jika arah pengaruh negatif maka signifikansi juga negatif.
 - b. Arah Pengaruh. Setiap variabel independen memiliki arah pengaruh yang berbeda terhadap variabel dependen dalam model regresi. Terdapat dua jenis arah pengaruh yakni positif dan negatif. Arah pengaruh positif menunjukkan bahwa perubahan variasi nilai pada variabel independen akan searah dengan perubahan variasi nilai pada variabel dependen. Sedangkan arah pengaruh negatif menunjukkan bahwa perubahan variasi nilai pada variabel independen akan berlawanan arah dengan perubahan variasi nilai pada variabel dependen. Evaluasi terhadap arah pengaruh dapat dilihat pada nilai *Standardized Coefficients Beta*. Jika variabel independen memiliki *Standardized Coefficients Beta* yang bernilai positif, maka variabel tersebut memiliki pengaruh positif terhadap variabel terikat dalam model regresi.
5. Konsep Dasar Pengujian Hipotesis. Terdapat tiga macam bentuk pengujian hipotesis, yaitu uji dua pihak (*Two Tail*), uji pihak kanan, dan uji pihak kiri (*One Tail*). (Sugiyono 2012:159). Dalam penelitian ini menggunakan uji dua pihak (*Two Tail*) karena hipotesis dari penelitian ini adalah tingkat kualitas pelayanan PT. PLN (Persero) berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan Listrik Pintar Prabayar (Token) di area pelayanan Surabaya. Uji *Two Tail* dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 1.5 Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis Dalam Uji Two Tailed.

(Sumber : Sugiyono, *Memahami Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung : Alfa Beta, 2011). Hlm. 159)

6. Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol hingga satu atau 0% hingga 100%. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel

independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. (Imam Ghazali 2012:97).

Hasil Penelitian

Responden dalam penelitian ini yaitu seluruh pelanggan Listrik Pintar Prabayar (Token) skala rumah tangga di area pelayanan Surabaya yang diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, area layanan, pekerjaan, penghasilan, pendidikan terakhir, dan usia.

Hasil pengelompokkan responden menurut jenis kelamin dapat dilihat bahwa umumnya responden adalah perempuan sebanyak 50 orang (51,0%) dan laki-laki sebanyak 48 orang (49,0%).

Klasifikasi menurut area layanan diketahui bahwa sebanyak 35 orang (35,7%) berasal dari area pelayanan Surabaya Utara, kemudian sebanyak 29 orang (29,6%) berasal dari area pelayanan Surabaya Selatan, dan yang terakhir sebanyak 34 orang (34,7%) berasal dari area pelayanan Surabaya Barat.

Klasifikasi responden berdasarkan pekerjaan menunjukkan bahwa sebanyak 30 orang (30,6%) pekerjaannya swasta, sebanyak 31 orang (31,6%) bekerja sebagai angkatan, pensiunan, ibu rumah tangga dan masih berstatus mahasiswa.

Klasifikasi responden menurut penghasilan menunjukkan bahwa responden mayoritas berasal dari golongan pendapatan 2-<5 juta sebanyak 65 orang (66,3%). Kemudian responden dengan penghasilan 5-10 juta sebanyak 11 orang (11,2%) dan responden dengan penghasilan <2 juta sebanyak 22 orang (22,4%).

Klasifikasi responden menurut pendidikan terakhir yaitu menunjukkan bahwa tidak ada satupun responden yang tidak lulus SD, minimal orang lulus SMP sebanyak 4 responden (4,1%), lulusan SMA sebanyak 48 orang (49,0%), D3 sebanyak 10 orang (10,2%), S1 sebanyak 30 orang (30,6%), S2 sebanyak 6 orang (6,1%).

Untuk klasifikasi responden menurut kelompok umur memperlihatkan bahwa modus usia responden yaitu 40 dengan frekuensi 4 dan prosentase 4,1%. Usia rata-rata responden adalah 43,16 tahun. Median sebesar 43 tahun menunjukkan bahwa 50% responden berusia >43 tahun dan 50% lainnya responden berusia <43 tahun. Usia minimum responden adalah 17 tahun dan usia maksimum responden adalah 72 tahun maka range dari usia responden 55 tahun.

Hasil pengolahan data pada penelitian pengaruh tingkat kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan Listrik Pintar Prabayar (Token) di PT. PLN (Persero) area pelayanan Surabaya sebagai berikut.

Uji validitas pada penelitian ini menunjukkan bahwa total skor dari koefisien *Pearson Product Moment* yang diinginkan adalah >0,3. (Imam Ghazali 2012:52). Dalam penelitian ini total skor meliputi total

dari seluruh dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

Pada *Coefision Pearson Product Moment* $>0,3$ dan nilai signifikansinya $<0,05$ dengan kesalahan sebesar 5%, maka total skor dari variabel kualitas pelayanan sejumlah 0,686 dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator pada variabel kualitas pelayanan hasilnya valid karena total skor $>0,3$. Begitu juga indikator pada variabel kepuasan pelanggan total skor yang dihasilkan hasilnya valid, namun pada indikator kepuasan pelanggan terdapat salah satu pernyataan yang tidak valid yaitu pada dimensi kenyamanan lingkungan karena total skor $<0,3$ yaitu 0,294.

Uji reliabilitas pada penelitian ini menunjukkan bahwa *Cronbach Alpha* untuk menunjukkan suatu data reliabel atau tidak harus memenuhi syarat yang angkanya $>0,60$. Pada tabel diatas *cronbach alpha* pada kualitas pelayanan menunjukkan angka 0,968 yang artinya data tersebut sudah reliabel.

Cronbach Alpha pada kepuasan pelanggan juga menunjukkan bahwa data pada penelitian ini valid $>0,060$ yaitu 0,980. Hal ini dibuktikan pada tabel yang ada dibawah ini.

Uji asumsi klasi yang terdiri dari uji normalitas dan uji heteroskedastisitas menunjukkan hasil sebagai berikut.

Pada uji normalitas, untuk dapat menghasilkan model analisis data yang bebas residual atau memenuhi uji normalitas sebagai asumsi klasik, peneliti melakukan penghapusan atau eliminasi terhadap beberapa data-data *outlier* tersebut.

H_0 : Residual data dalam model regresi berdistribusi normal.

H_1 : Residual data dalam model regresi tidak berdistribusi normal.

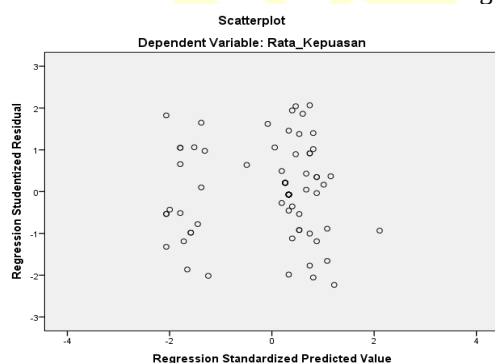
Kriteria penerimaan hipotesis dari uji normalitas adalah sebagai berikut :

Jika Asymp. Sig $>0,05$ dengan $\alpha = 5\%$, maka H_0 diterima.

Jika Asymp. Sig $<0,05$ dengan $\alpha = 5\%$ maka H_0 ditolak.

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) yaitu sebesar 0,073 yang artinya H_0 diterima, maka data dari penelitian ini berdistribusi normal.

Pada uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini digambarkan sebagai



berikut:

Gambar 1.3 Pola Scatterplot Rata-Rata Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan gambar diatas, menunjukkan bahwa pola titik-titik rata-rata kepuasan pelanggan atau variabel Y tidak beraturan dan tidak menunjukkan pola tertentu, maka dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini memenuhi asumsi homokedastisitas.

Uji regresi linier terdiri dari signifikansi, arah pengaruh, koefisien determinasi (R^2), dan persamaan regresi.

Signifikansi ini harus diikuti dengan arah pengaruh. Dalam penelitian ini diharapkan kualitas pelayanan akan berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pelanggan, jika kualitas pelayanan bagus akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

H_0 : Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H_1 : Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kriteria penerimaan hipotesis adalah sebagai berikut :

Jika nilai Sig $>0,05$, $\alpha = 5\%$, maka H_0 diterima.

Jika nilai Sig $<0,05$, $\alpha = 5\%$, maka H_0 ditolak.

Pada tabel yang ada di arah pengaruh, nilainya adalah $<0,05$ yaitu 0,000, maka H_0 ditolak dimana kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Arah pengaruh pada penelitian ini menunjukkan bahwa *standardized coefficients Beta* menunjukkan angka 0,972 maka arah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah positif. Hal ini menunjukkan bahwa meningkatnya kualitas pelayanan PT. PLN (Persero) akan berdampak pada meningkatnya kepuasan pelanggan di Surabaya Utara, Selatan, dan Barat. Sebaliknya, jika kualitas pelayanan menurun akan berdampak pada menurunnya kepuasan pelanggan.

Koefisien determinasi (R^2) dalam penelitian ini sebesar 94,4%, nilai ini didapat dari tabel di bawah ini dengan menggunakan rumus berikut :

$$R^2 = 0,944 \times 100\% = 94,4\%$$

Dari hasil diatas, maka dapat disimpulkan bahwa 94,4% variasi kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Sedangkan 5,6% lainnya dipengaruhi oleh variabel diluar model analisis.

Menurut Gujarati dalam Ghazali menyatakan asumsi utama yang mendasari model regresi linear klasik dengan menggunakan model OLS adalah salah satunya sebagai berikut (Imam Ghazali 2012:96) :

$$Y = a + bx + e \\ = 0,520 + 0,872 \text{ Kualitas Pelayanan} + e$$

Keterangan :

Y = Nilai kepuasan

a = Konstanta

b = Koefisien kualitas pelayanan

e = Error persamaan regresi

Konstanta sebesar 0,520 menyatakan bahwa jika variabel independen dianggap konstan, maka tingkat kepuasan pelanggan adalah sebesar 0,520 satuan

Koefisien regresi kualitas pelayanan adalah sebesar 0,872. Nilai ini menyatakan bahwa meningkatnya kualitas pelayanan sebesar satu satuan akan berdampak pada meningkatnya tingkat kepuasan pelanggan sebesar 1,392 satuan.

Pembahasan

Dalam penelitian ini dapat dijelaskan bahwa Koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh dari penelitian ini adalah sejumlah 94,4% yang artinya tingkat kepuasan pelanggan dipengaruhi 94,4% oleh kualitas pelayanan dari petugas pelayanan. Hal ini sesuai dengan fungsi negara sebagai pihak yang berkewajiban untuk memberikan pelayanan yang maksimal dan sesuai dengan standar kepada masyarakat melalui pelayanan pemerintahan baik di Pusat, Daerah, dan di lingkungan Badan Usaha Milik Negara atau Badan Usaha Milik Daerah, dan organisasi masyarakat.

PT. PLN (Persero) memiliki standar-standar tertentu untuk meningkatkan kualitas pelayanan demi meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini sesuai dengan visi dan misi PT. PLN (Persero) yang mengutamakan kepuasan pelanggan serta mengedepankan budaya integritas melalui pelayanan yang transparan dengan cepat, tuntas dan berintegritas serta selalu memperbaiki kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan nilai koefisien determinasi dengan prosentase 94,4%, membuktikan bahwa kualitas pelayanan memegang peran sentral untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan. Nilai 94,4% juga menunjukkan bahwa faktor diluar kualitas pelayanan menjadi faktor minoritas dalam mendeterminasi kepuasan pelanggan. Kebijakan PT. PLN (Persero) untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas pelayanan merupakan kebijakan yang tepat untuk memastikan tercapainya kepuasan bagi pelanggan khususnya di area pelayanan Kota Surabaya.

Berdasarkan analisis data dan pengujian hipotesis diketahui bahwa variabel independen yaitu kualitas pelayanan (X) mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan (Y), hal ini dibuktikan dengan *Standardized Coefficients Beta* sebesar 0,972.

Arah pengaruh positif menunjukkan bahwa hubungan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah linier atau searah. Meningkatnya rerata nilai kualitas pelayanan akan diikuti dengan tingginya rerata nilai kepuasan pelanggan, demikian sebaliknya. Hal ini penting dijadikan sebagai pedoman pelayanan bagi PT. PLN (Persero) pada khususnya dan seluruh BUMN pada umumnya dalam mewujudkan fungsi pelayanan publik yang optimal.

Hal ini juga sesuai dengan fungsi negara sendiri yaitu memberikan pelayanan yang maksimal dan sesuai dengan standar kepada masyarakat melalui pelayanan

pemerintahan baik di Pusat, Daerah, dan di lingkungan Badan Usaha Milik Negara atau Badan Usaha Milik Daerah, dan organisasi masyarakat. PT. PLN (Persero) juga berusaha memberikan pelayanan yang maksimal dan sesuai dengan standar untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, ditunjukkan dengan adanya program Token yang diharapkan dapat memberikan kemudahan pelanggan dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan menunjukkan arah pengaruh positif dan signifikan antara variabel X (kualitas pelayanan) dengan variabel Y (kepuasan pelanggan) PT. PLN (Persero) di area pelayanan Surabaya.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penyajian data dan analisis data yang telah dijelaskan, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah hipotesis yang menyatakan bahwa tingkat kualitas pelayanan PT. PLN (Persero) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di area pelayanan Surabaya dapat diterima.

Saran

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis PT. PLN (Persero) dan kontribusi akademis penelitian selanjutnya

1. Bagi PT. PLN (Persero) area pelayanan Surabaya

a. PT. PLN (Persero) area pelayanan Surabaya perlu mempertahankan kualitas pelayanan untuk dapat mempertahankan tingkat kepuasan pelanggan khususnya di Kota Surabaya. Upaya untuk mempertahankan kualitas pelayanan dapat ditempuh dengan menjalankan kontrol evaluasi secara berkala untuk memastikan tidak ada penurunan kualitas pelayanan di setiap area pelayanan di Kota Surabaya. Selain itu, PT. PLN (Persero) dapat menjalankan survei secara berkala untuk mengukur konsistensi kepuasan pelanggan.

b. PT. PLN (Persero) perlu meningkatkan kualitas pelayanan, khususnya pada dimensi *assurance* di area pelayanan Surabaya Barat. Peningkatan dimensi *assurance* dapat ditempuh dengan memberikan kepastian jadwal pemasangan Token untuk setiap pelanggan yang membutuhkan, menjamin setiap tugas untuk tepat waktu dalam memulai dan mengakhiri tugas pemasangan Token untuk setiap permintaan dan memberikan tanda bukti bahwa pelanggan yang bersangkutan telah memasang APP Token secara resmi.

2. Bagi penelitian selanjutnya

a. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat melibatkan lebih banyak sampel

representatif, dengan demikian dapat meningkatkan akurasi dalam mengeneralisir hasil kesimpulan penelitian.

- b. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel independen selain tingkat kualitas pelayanan dalam menjelaskan tingkat kepuasan pelanggan PT. PLN Persero di Kota Surabaya.

Tjiptono, Fandy. 1996. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Penerbit Andi.

_____. 2008. *Mewujudkan Layanan Prima: Service Management*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

_____. 1997. *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

_____. 2005. *Pemasaran Jasa*. Malang : Bayumedia Publishing.

UU No. 25 Tahun 2009 Tentang Pelayanan Publik

Daftar Pustaka

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Pragma*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Barnes, James G. 2001. *Secrets of Customer Relationship Management*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Fredericksion, H. George. 1984. *Administrasi Negara Baru*. Jakarta : LP3ES.
- Dwiyanto, Agus. 2008. *Mewujudkan Good Governance Melalui Pelayanan Publik*. Yogyakarta : Gadjah Mada Press.
- Gerson, Richard F. 2004. *Mengukur Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : PPM.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Semarang : Badan penerbit Universitas Diponegoro.
- _____. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS20*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ibrahim, H.M. Amin. 2008. *Teori dan Konsep Pelayanan Publik Serta Implementasi*. Bandung: Penerbit Mandar Maju.
- Majid, Suharto Abdul. 2009. *Customer Service Dalam Bisnis Jasa Transportasi*. Jakarta : PT Rajagrafindo Persada.
- Murdoko, E. Widijo Hari. 2007. *Great Customer Service*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.
- Pasolong, Harbani. 2007. *Teori Administrasi Publik*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Peraturan Menteri Energi dan Sumber Daya Mineral Nomor 33 Tahun 2014
- Saleh, Akhmad Mumafik. 2010. *Public Service Communication*. Malang : UMM Press.
- Sinambela, Lijan Poltak. 2007. *Reformasi Pelayanan Publik: Teori, Kebijakan, dan Implementasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Subana, Sudrajat. 2001. *Dasar-Dasar Penelitian Ilmiah*. Bandung : Pustaka Setia.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfa Beta.
- Surjadi. 2009. *Pengembangan Kinerja Pelayanan Publik*. Bandung : Refika Aditama.
- Suryokusumo, R. Ferry Anggoro. 2008. *Pelayanan Publik dan Pengelolaan Infrastruktur Perkotaan*. Yogyakarta : Sinergi Publishing.
- Suyanto, Bangong dan Sutinah. 2007. *Metode Penelitian Sosial Berbagai Alternatif Pendekatan*. Jakarta : Kencana Prenada Media.