SERVQUAL: Jurnal Ilmu Manajemen
Volume 1 No. 1 Desember 2023
ISSN: 3031-3287
https://ejournal.anugerahdutaperdana.com/index.php/adp

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. PLN (PERSERO) UP3 TOBELO

The Influence Of Service Quality And Information Quality On Customer Satisfaction at PT. PLN (Persero) UP3 Tobelo

Paulus Gedoa[1], Sahrul Hi. Posi[2]
[1,2,3]Universitas Hein Namotemo/Jln. Kawasan Pemerintahan Halmahera Utara Villa, Vak 1.
Email: sahrulposo@gmail.com

Abstract

This research aims to determine the quality of service and quality of information on customer satisfaction at PT. PLN (Persero) UP3 Tobelo. This type of research is quantitative. The total research population was 68,372. The sample was determined using the Sloving formula as many as 100 people. The analysis method used is the Multiple Linear Regression method. The research results show that the service quality variable (X1) has a partially significant positive effect on customer satisfaction. The information quality variable (X2) has a partially significant positive effect on customer satisfaction. Simultaneous tests show that the service quality variables (X1) and customer satisfaction X2) together have a significant effect on customer satisfaction. Furthermore, from the determinant coefficient test (R2), the R-square value was only 0.301 or 30.1%. This shows that 30.1% of customer satisfaction is influenced by service quality and information quality variables while the remaining 69.9% (100% - 69.9%) is influenced by other factors not explained in this research, therefore it is hoped that further research to add other variables.

Keywords: Service Quality, Information Quality, Customer Satisfaction.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Kualitas pelayanan dan kualitas informasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. PLN (Persero) UP3 Tobelo. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Jumlah populasi penelitian adalah sebanyak 68.372.penentuan sampel menggunakan rumus Sloving sebanyak 100 orang. Metode analisis yang digunakan adalah metode Regresi Linear Berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Variabel kualitas informasi (X_2) berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Uji simultan diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1), dan kepuasan pelanggan X_2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selanjutnya dari uji koefisien determinan (R2) diperoleh nilai R-square hanya 0,301 atau 30,1%. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 30,1% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan dan kualitas informasi sedangkan sisanya sebesar 69,9% (100% - 69,9%) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini, untuk itu diharapkan kepada penelitian selanjutnya untuk menambahkan variabel lain.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Informasi, Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Perusahaan BUMN yang bergerak di bidang penyediaan tenaga listrik, yaitu PT. PLN (Persero) yang bertugas untuk menyediakan tenaga listrik bagi kepentingan umum yang kebutuhannya meningkat setiap tahunnya. Peningkatan akan kebutuhan listrik sebagai akibat dari peningkatan kualitas kesejahteraan masyarakat diiringi juga

oleh perkembangan industri di Indonesia, sementara PT. PLN (Persero) memiliki keterbatasan dalam memenuhi peningkatan akan kebutuhan listrik tersebut. Di Indonesia PT PLN (Persero) merupakan perusahaan BUMN yang ditunjuk sebagai penyedia tenaga listrik guna memenuhi kebutuhan listrik masyarakat Indonesia (Firananda, 2016).

Sebagai salah satu perusahaan penyedia listrik di Halmahera Utara PT. PLN (Persero) UP3 Tobelo banyak memberikan jasa pelayanan terhadap masyarakat diantaranya pelayanan pemasangan listrik baru, penambahan daya listrik, penyedia lampu penerangan jalan dan layanan gangguan listrik baik di kantor, rumah, perusahaan, rumah sakit, sekolah, taman dan lain-lain. PT. PLN (Persero) UP3 Tobelo juga harus mampu memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya atau bahkan memberikan pelayanan prima kepada masyarakat karena akan menciptakan kepuasan bagi pelanggan.

Dalam hal ini kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Apabila jasa atau pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan apa yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa atau pelayanan yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal (Tjiptono, 2012).

Disamping itu juga kualitas informasi (information quality) merupakan suatu penyampian yang sangat penting dan secara konsisten dapat memenuhi persyaratan dan harapan semua orang yang membutuhkan informasi tersebut untuk melakukan proses mereka. Marakas dan O'Brien (2014) pengguna membutuhkan infromasi yang berkualitas tinggi yaitu informasi yang memiliki karakteristik yang bernilai bagi mereka.

Terkait dengan kualitas pelayanan dan kualitas informasi, menurut Sangadji dan sopiah (2013) mengemukakan kepuasan pelanggan yakni perasaan kecewa serta senang setiap individu dalam merumpamaan antara kesan yang diberikan konsumen tentang tingkatan dan jasa ril atau nyata dengan kinerja sesuai ekspetasi.

Penelitian juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yenni (2019) tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (persero) Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan (UP3) Makassar Selatan, yang mana kepuasan pelanggan didapat dari terpenuhinya harapan pelanggan terhadap suatu jasa yang dikonsumsinya. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang disebabkan oleh kinerja atau hasil dari suatu produk yang dirasakan, dibandingkan dengan harapannya. Apabila jasa yang didapat pelanggan lebih kecil dari apa yang diharapkan pelanggan maka pelanggan akan menjadi tidak puas dan kecewa kepada penyedia jasa yang bersangkutan. Sedangkan apabila jasa yang dirasa oleh pelanggan melebihi apa yang diharapkan maka pelanggan akan merasa puas.

Berdasarkan observasi dan pengamatan peneliti pada saat melakukan praktek kerja lapangan selama bulan Juli – Agustus 2021 di PT. PLN (persero) UP3 Tobelo diketahui bahwa pelayanan kepada pelanggan dirasa kurang memuaskan. Hal ini didukung dengan adanya survei kepuasan pelanggan PT. PLN (persero) di unit induk wilayah Maluku dan Maluku Utara di tahun 2021, indeks kepuasan pelanggan di 2021 menurun menjadi 76,16% dibandingkan periode tahun sebelumnya, disamping itu indeks ketidakpuasan pelanggan di 2021 naik menjadi 6,58%, di sisi lain indeks

SERVQUAL: Jurnal Ilmu Manajemen
Volume 1 No. 1 Desember 2023
ISSN: 3031-3287
https://ejournal.anugerahdutaperdana.com/index.php/adp

loyalitas pelanggan 2021 naik menjadi 98,40% dibandingkan periode tahun sebelumnya.

Adapun tujuan dalam penelitian adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas informasi mempunyai pengaruh secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan dan kepercayaan pelanggan pada PT. PLN (Persero) UP3 Tobelo

METODE

Jenis yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2011) penelitian kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui metode survey dengan pembagian kuesioner kepada respondenuntuk menguji Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Kualitas Informasi (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Pada PT. PLN (persero) UP3 Tobelo.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini sebanyak 68.372 pelanggan terhitung sampai Bulan Mei 2022 yang terdaftar di PT. PLN (persero) UP3 Tobelo. Sedangkan sampel dalam penelitian ini pelanggan yang terdaftar di PT. PLN (persero) UP3 Tobelo. Rumus yang digunakan peneliti untuk menentukan ukuran sampel menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:
N: Populasi
n : Sampel
e: Persentasi kelonggaran ketidaktelitian (presisi) karena kesalahan pengambilan yang masih dapat ditolerir.

Pada penelitian ini besarnya populasi sebesar 68.372 pelanggan yang terdaftar di PT PLN (persero) UP3 Tobelo, maka ditetapkan jumlah sampel menggunakan rumus slovin adalah:

$$n = \frac{68.372}{1 + 68.372\ (0.1\%)^2}$$
$$n = \frac{68.372}{1 + 68.372\ (0.01)}$$
$$n = \frac{68.372}{1 + 683.72}$$
$$n = \frac{68.372}{684.72}$$
$$n = 99.853$$
$$n = 100$$

Berdasarkan perhitungan diatas penentuan jumlah sampel diatas, maka ditetapkan jumlah sampel sebanyak 100 pelanggan PT. PLN (persero) UP3 Tobelo.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah pengumpulan data yang dilakukan secara langsung dengan responden. Informasi data primer diperoleh langsung dari tanggapan pelanggan melalui kuesioner yang berisi pertanyaan terkait dengan kualitas pelayanan dan kualitas informasi

terhadap kepercayaan pelanggan. Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner dengan pertanyaan tertutup. Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala *likert*. Dengan menggunakan skala likert maka setiap pertanyaan diberikan alternatif tanggapan dari beberapa tingkatan gradasi mulai dari sangat positif sampai sangat negatif dan kemudian dibeli skor.

Teknik Analisa Data

Dalam tahapan analisis data peneliti melakukan uji uji validitas dan reliabilitas selanjutnya dilakukan pengujian asumsi klasik yakni uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heterokedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Persamaan regresi berganda adalah:

$Y=a+b_1X_1+b_2X_2$

Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan
X_1 = Kualitas Pelayanan
X_2 = Kualitas Informasi
a = Harga Y ketika harga X = 0 (harga konstan).
b_1,b_2 = Koefisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkanpada perubahan variabel independen.

Uji Hipotesis

Sementara itu, langkah-langkah untuk menguji hipotesis antara lain Uji Parsial (uji t), Uji Simultan (Uji Statistik F) dan Koefisien Determinasi R^2

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisa Data

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dari hasil *output* dengan r_{tabel} yang penyelesaiannya dilakukan dengan menggunakan program SPSS 16.0, dimana jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir pertanyaan disetiap kuesioner tersebut valid, sedangkan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka dinyatakan tidak valid. Dalam penelitian ini dilakukan dengan uji signifikan yang membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = n-2. Dalam hal ini n adalah jumlah sampel atau responden. Jadi dalam penelitian ini, df = 100-2 atau df = 98 dengan *alpha* 5% sehingga dapat r_{tabel} = 0,202 Hasil uji validitas untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1: Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)

Variabel	Item Pertanyaan	r_{tabel}	r_{hitung}	Keterangan
Kualitas Pelayanan	Item 1	0,202	0,636	Valid
	Item 2	0,202	0,525	Valid
	Item 3	0,202	0,504	Valid
	Item 4	0,202	0,453	Valid
	Item 5	0,202	0,389	Valid

	Item 6	0,202	0,547	Valid
	Item 7	0,202	0,672	Valid
	Item 8	0,202	0,523	Valid
	Item 9	0,202	0,592	Valid
	Item 10	0,202	0,501	Valid

Tabel 2: Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Informasi (X_2)

Variabel	Item Pertanyaan	r_{tabel}	r_{hitung}	Keterangan
Kualitas Informasi	Item 1	0,202	0,550	Valid
	Item 2	0,202	0,725	Valid
	Item 3	0,202	0,716	Valid
	Item 4	0,202	0,753	Valid
	Item 5	0,202	0,759	Valid
	Item 6	0,202	0,691	Valid
	Item 7	0,202	0,747	Valid
	Item 8	0,202	0,768	Valid
	Item 9	0,202	0,71	Valid
	Item 10	0,202	0,461	Valid

Tabel 3: Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Variabel	Item Pertanyaan	r_{tabel}	r_{hitung}	Keterangan
Kepuasan Pelanggan	Item 1	0,202	0,643	Valid
	Item 2	0,202	0,646	Valid
	Item 3	0,202	0,697	Valid
	Item 4	0,202	0,624	Valid
	Item 5	0,202	0,693	Valid
	Item 6	0,202	0,656	Valid
	Item 7	0,202	0,697	Valid
	Item 8	0,202	0,712	Valid
	Item 9	0,202	0,579	Valid
	Item 10	0,202	0,689	Valid

Sumber: data primer diolah SPSS

Berdasarkan Tabel diatas dapat terlihat bahwa masing-masing item pernyataan memiliki r_{hitung} positif dan lebih besar di bandingkan r_{tabel} 0,202. Maka dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dari variabel Kualitas Pelayanan X_1, Kualitas Informasi X_2 dan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Menurut Nunnaly (1994) dalam Ghozali (2011), Suatu Konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,70. Adapun hasil uji reliabilitas instrumen dengan menggunakan SPSS 16.0 dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4: Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	*Cronbach's Alpha*	N of Items	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,723	10	Reliabel
Kualitas Informasi	0,876	10	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,859	10	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah SPSS

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada Tabel 4. menunjukkan bahwa masing-msing nilai *cronbach alpha* lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,60. Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan item pernyataan sudah reliabel karena nilai *cronbach alpa* > 0,60.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode Kolmogrov Smirnov. Uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* digunakan untuk mengetahui distribusi residual terdistribusi normal atau tidak. Residual berdistribusi normal jika nilai signifikan lebih dari 0,05. Uji normalitas dengan menggunakan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* dapat dilihat pada Tabel 5 sebagai berikut:

Tabel 5: Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters[a]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	6.41240130
Most Extreme Differences	Absolute	.081
	Positive	.041
	Negative	-.081
Kolmogorov-Smirnov Z		.810
Asymp. Sig. (2-tailed)		.528

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Data Primer Diolah SPSS (2022).

Berdasarkan Tabel 5. Dapat dilihat *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan signifikansi sebesar 0,528 > 0,05. Artinya nilai residual menyebar secara normal, maka model regresi yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi asumsi normalitas.

SERVQUAL: Jurnal Ilmu Manajemen
Volume 1 No. 1 Desember 2023
ISSN: 3031-3287
https://ejournal.anugerahdutaperdana.com/index.php/adp

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji adanya korelasi diantara variabel bebas (*independent*) pada model regresi yang ditentukan. Pengujian dilakukan dengan melihat *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dari masing-masing variabel. Suatu model regresi dikatakan multikolinearitas apabila nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10. Hasil pengujian dapat dilihat pada Tabel 6. sebagai berikut:

Tabel 6 : Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Pelayanan X_1	.832	1.202
	Kualitas InformasiX_2	.832	1.202

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan Y

Sumber: Data Primer Diolah SPSS

Berdasarkan Tabel 6. pada bagian *Collinearity Statistics* diketahui bahwa nilai *tolerance* untuk untuk variabel Kualitas Pelayanan X_1 dan Kualitas InformasiX_2 adalah 0,831 lebih besar dari 0,10. Sementara, nilai VIF ntuk variabel Kualitas Pelayanan X_1 dan Kualitas Informasi X_2 adalah 1,202 kurang dari 10,00. Makam mengacu pada dasar pengambilan keputusan dalam pengujian multikolinearitas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas dalam model regresi yang digunakan dalam penelitian ini.

Uji Heterokedastisitas

Metode uji yang digunakan adalah metode Glejser. Metode tersebut dilakukan dengan cara meregresikan variabel independen dengan nilai absolut residualnya (e) dimana: nilai probabilitas signifikansi < 0,05, maka terjadi gejala heteroskedastisitas dan nilai probabilitas signifikan > 0,05, maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Tabel 7: Hasil Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Uji Glejser

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.759	2.911		1.291	.200
	Kualitas Pelayanan X_1	.034	.081	.047	.422	.674
	Kualitas Informasi X_2	-.006	.060	-.011	-.101	.920

a. Dependent Variable: Abd_Res

Sumber: Data Primer Diolah SPSS

Berdasarkan uji heteroskedastisitas dengan metode glejer diperoleh nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 yaitu variabel kualitas pelayanan (X_1) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,674, kualitas informasi (X_2) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,920. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

SERVQUAL: Jurnal Ilmu Manajemen
Volume 1 No. 1 Desember 2023
ISSN: 3031-3287
https://ejournal.anugerahdutaperdana.com/index.php/adp

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 8: Hasil Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	8.249	4.423
	Kualitas Pelayanan X_1	.511	.122
	Kualitas Informasi X_2	.255	.091
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan Y			

Sumber: Data Primer Diolah SPSS

Berdasarkan Tabel 8. diketahui bahwadihasil hasil pengolahan data maka diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$Y = 8{,}249 + 0{,}511\ X_1 + 0{,}255\ X_2 + e$

Dari persamaan yang terbentuk di atas, dapat dijelaskan interpretasinya sebagai berikut:

1. Nilai konstan (Y) sebesar 8,249 yang berarti bahwa jika harga, kualitas pelayanan dan dan etika bisnis sama dengan nol maka kepuasan pelanggan akan mengalami penurunan 8,249.
2. Koefisien regresi X_1 (kualitas pelayanan) dari perhitungan regresi linier berganda didapat nilai koefisien sebesar 0,511, hal ini berarti setiap ada peningkatan variable kualitas pelayanan (X_1) sebesar 1% maka kepuasan pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,511 % dengan anggapan variabel kualitas informasi (X_2) adalah konstan.
3. Koefisien regresi X_2 (kualitas informasi) dari perhitungan linier linera berganda didapat nilai koefisien sebesar 0,255, hal ini berarti setiap ada peningkatan variabel kualitas informasi (X_2) sebesar 1% maka kepuasan pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0.061% dengan anggapan variabel kualitas pelayanan (X_1) adalah konstan.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Tabel 9: Hasil Uji Parsial (Uji t)
Coefficients[a]

Model		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)		1.865	.065
	Kualitas PelayananX_1	.388	4.172	.000
	Kualitas Informasi X_2	.260	2.798	.006
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan Y				

Sumber: Data Primer Diolah SPSS

Berdasarkan hasil uji t pada Tabel 9. diatas, dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1) memiliki nilai signifikansi 0,000 < (lebih kecil) α 0,05. Pada derajat kebebasan (n-k) 100-3 = 97,

SERVQUAL: Jurnal Ilmu Manajemen
Volume 1 No. 1 Desember 2023
ISSN: 3031-3287
https://ejournal.anugerahdutaperdana.com/index.php/adp

diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,661 sehingga dapat diketahui nilai variabel kualitas pelayanan (X_1) t_{hitung} sebesar 4,172 > (lebih besar) t_{tabel} 1,661. Dengan demikian, maka hipotesis pertama (H_1) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) diterima.

2. Diketahu bahwa variabel kualitas informasi (X_2) memiliki nilai signifikansi 0,006 < (lebih kecil dari) α 0,05. Pada derajat kebebasan (n-k) 100-3 = 97, diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1.661 sehingga dapat diketahui nilai variabel kualitas informasi (X_2) t_{hitung} sebesar 2,798 > (lebih besar) t_{tabel} 1,661. Dengan demikian, maka hipotesis kedua (H_2) yang menyatakan bahwa kualitas informasi berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) diterima.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 10: Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1756.270	2	878.135	20.925	.000[a]
	Residual	4070.770	97	41.967		
	Total	5827.040	99			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Informasi X_2, Kualitas Pelayanan X_1

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan Y

Sumber: Data Primer Diolah SPSS

Berdasarkan tabel tersebut didapatkan nilai F statistik sebesar 20,925 dengan nilai signifikansi (p) 0,000 lebih kecil dari 0,05, maka dapat dikatakan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1) dan kualitas informasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti bahwa perubahan jumlah pelanggan dalam penggunaan jasa pada PT. PLN (persero) UP3 Tobelo sangat ditentukan oleh kualitas pelayanan dan kualialitas informasi yang diberikan PT. PLN (persero) UP3 Tobelo. Apabila kualitas pelayanan dan informasi yang diberikan baik, maka akan berakibat pada meningkatnya kepuasan pelanggan.

Uji Determinasi (R^2)

Tabel 11: Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.549[a]	.301	.287	6.47817

a. Predictors: (Constant), Kualitas Informasi X_2, Kualitas Pelayanan X_1

Sumber: Data Primer Diolah SPSS

Sesuai dengan hasil uji koefisien determinan (R^2) pada tabel di atas diperoleh nilai *R-square* sebesar 0,301 atau 30,1%. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 30,1% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan dan kualitas informasi sedangkan sisanya sebesar 69,9% (100% - 69,9%) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian mendukung hipotesis pertama (H_1) bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh nilai t_{hitung} 4,172 lebih besar dari t_{tabel} 1,661 dan memiliki nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari α 0,05. Artinya apabila kualitas pelayanan meningkat, maka akan meningkat pula kepuasan pelanggan. Sebaliknya, apabila kualitas pelayanan menurun, maka kepuasan pelangganpun akan menurun.

Kepuasan pelanggan didapat dari terpenuhnya harapan pelanggan terhadap suatu jasa yang dikonsumsinya. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang disebabkan oleh kinerja atau hasil suatu produk yang dirasakan, dibandingkan dengan harapannya. Apabila jasa yang didapat pelanggan lebih kecil dari apa yang diharapkan pelanggan maka pelanggan akan menjadi tidak puas dan kecewa kepada penyedia jasa yang bersangkutan. Sedangkan apabila jasa yang dirasa oleh pelanggan melebihi apa yang diharapkan maka pelanggan akan merasa puas (Yenni, 2019).

Dalam teori kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible* berupa penampilan petugas, fasilitas, peralatan telah memenuhi standar atau melebihi harapan pelanggan, *realibility* atau kehandalan petugas pelayanan di PLN sudah baik, r*esponsiveness* atau ketanggapan petugas dalam melayanai pelanggan sudah baik, a*ssurance* atau jaminan yang diberikan telah melebihi harapan pelanggan, dan Emphaty atau cara memperlakukan pelaggan di kantor PLN sudah baik karna memiliki persentasi yang paling tinggi. Kepuasan Pelangan terdiri dari *desire service* atau harapan yang akan diterima oleh pelanggan PLN sebelum diberikan pelayanan, sedangkan *adequate service* atau harapan pelanggan apakah sesuai atau melebihi setelah diberikan pelayanan oleh pemberi pelayanan (Arfah *dkk,* 2020).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Firananda (2016), Yulianto (2018), Arfah dkk (2020) dan Marnovita (2020) membuktikan bahwa kualitas pelayanan terdapat hubungan yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian mendukung hipotesis pertama (H_2) bahwa variabel kualitas informasi (X_2) berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh nilai t_{hitung} 2,798 lebih besar dari t_{tabel} 1,661 dan memiliki nilai signifikansi 0,006 lebih kecil dari α 0,05.

Suatu Informasi memiliki nilai karena informasi tersebut dapat menjadikan keputusan yang baik serta menguntungkan (memiliki nilai informasi yang tepat) (Angkoso *dkk,* 2017).

Kualitas informasi adalah ciri dari hasil yang diperoleh di sistem informasi yang diantaranya adalah manajemen dan web (DeLone dan McLean, 2003). Berdasarkan hal tersebut, dapat diukur untuk melihat seberapa layak luaran yang diperoleh dari sistem informasi yang digunakan. Kualitas informasi adalah sebuah hasil yang dapat berupa kumpulan informasi untuk selanjutnya digunakan dan dijadikan acuan. Jika kualitas yang dihasilkan baik, secara otomatis dapat diandalkan untuk membuat keputusan (Amarin dan Wijaksana, 2021).

Menurut Jogiyanto (2005) dalam Fendini (2013) menjelaskan bahwa kualitas informasi yang harus dipenuhi dalam menjewab kepuasan pelanggan yakin pertama akurat, informasi harus bebas dari kesalahan-kesalahan dan tidak bias atau menyesatkan. Informasi harus memiliki keakuratan tertentu agar tidak diragukan kebenarannya, kedua, tepat pada waktunya, informasi yang datang pada penerima tidak boleh datang terlambat, karena informasi yang datang tidak tepat waktu, tidak bernilai lagi, sebab informasi digunakan dalam proses pembuatan keputusan, dan yang ketiga adalah relevan, informasi yang ada memiliki nilai kemanfaatan sesuai dengan yang dibutuhkan oleh pemakainya. Informasi emmiliki tingkat relativitas yang berbeda, tergantung pada tingkat pemakai.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fendini (2013), Maryana (2018), Layongan *dkk* (2022) dan Ramadhani (2022) juga membuktikan bahwa kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelangggan yang artinya dengan kualitas informasi yang dihasilkan akurat, tepat waktu, dan berkualitas, maka akan meningkatkan kepuasan pengguna sistem atau pelanggan.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian mendukung hipotesis keempat (H_4) bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1), dan kepuasan pelanggan X_2) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh nilai F statistik sebesar 20,925 dengan nilai signifikansi (p) 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti bahwa perubahan jumlah pelanggan dalam penggunaan jasa pada PT. PLN (persero) UP3 Tobelo sangat ditentukan oleh kualitas pelayanan dan kualialitas informasi yang diberikan PT. PLN (persero) UP3 Tobelo. Apabila kualitas pelayanan dan informasi yang diberikan baik, maka akan berakibat pada meningkatnya kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel kualitas pelayanan (X1) berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh nilai thitung 4,172 lebih besar dari ttabel 1,661 dan memiliki nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari α 0,05.
2. Variabel kualitas informasi (X2) berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh nilai thitung 2,798 lebih besar dari ttabel 1,661 dan memiliki nilai signifikansi 0,006 lebih kecil dari α 0,05.

3. Variabel kualitas pelayanan (X1), dan kepuasan pelanggan X2) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh nilai F statistik sebesar 20,925 dengan nilai signifikansi (p) 0,000 lebih kecil dari 0,05.

DAFTAR PUSTAKA

Angkoso, S. P., Rahmanto, A. N., Slamet, Y. 2017. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Informasi Pelayanan Bidang Akademik Kepada Mahasiswa.* Jurnal Manajemen Komunikasi, Volume 1, No. 2, April 2017, hlm 234-264

Amarin, S., Wijaksana, T.I. 2021. *Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengguna Aplikasi Berrybenka di Kota Bandung).* Business Management Analysis Journal (BMAJ) Vol. 4 No. 1.

Arfah, A., Olilingo, F. Z., Syaifuddin, S., Dahliah, D., Nurmiati, N., Putra, A. H. P. K. 2020. *Economics During Global Recession: ShariaEconomics as a Post COVID-19 Agenda.* The Journal of Asian Finance, Economics and Business, 7(11).

Firananda, N 2016. *Kualitas Pelayanan Pt. Pln (Persero) Rayon Kecamatan Tanjung Redeb Kabupaten Berau Provinsi Kalimantan Timur.* Skripsi. Fakultas Ilmu Politik Universitas Hasanuddin Makassar.

Fendini, D. S. 2013. *Pengaruh Kualitas Sistem Dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna (Survei Pada Karyawan Pengguna Aplikasi Pelayanan Pelanggan Terpusat (AP2T) di PT. PLN (Persero) Area Malang).* Jurnal Administrasi Bisnis. Universitas Brawijaya. Vol. 4 No. 1.

Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19 (5th ed.).* Semarang: Universitas Diponegoro.

Layongan, C., Nangoi, G.N., Kalalo, M. K. 2022. *Pengaruh Kualitas Sistem dan Kualitas Informasi Software SAP terhadap Kepuasan Pengguna pada PT PLN (Persero) Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan (UP3) Kotamobagu.* Jurnal LPPM Bidang Ekonomi, Sosial, Budaya, dan Hukum. Vol. 5, No. 2.

Marnovita. 2020. *Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan*. Psikoborneo, Vol 8, No 1.

Maryana, F. 2018. *Pengaruh Kualitas Sistem Dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Pelayanan Pelanggan Terpusat (AP2T) PT PLN (Persero) Wilayah Kalimantan Tengah Dan Kalimantan Selatan Area Barabai.* Dinamika Ekonomi, Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Vol. 11 No. 2.

Marakas, G.M., O'Brien, J.A. 2014. *Sistem Informasi Manajemen.* Jakarta: Salemba Empat.

Ramadhani, Arma. 2022. *Pengaruh Teknologi Informasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Listrik Prabayar Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada PT. PLN (persero) Area Watampone kwh 900).* Tesis. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. IAIN. Bone.

Sangadji, E.M., Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Tjiptono, F. 2012. *Strategi Pemasaran.* ed. 3. Yogyakarta: Andi.

Yenni. 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Pln (Persero) Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan (UP3) Makassar Selatan.* thesis, Universitas Negeri Makassar.

Yulianto, A. R. 2018*. Tinjauan Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.* Jurnal Ekonomi, Volume 20, Nomor 2.