

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN INOVASI TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA PT. PLN (PERSERO) AREA MANADO**

*THE EFFECT OF QUALITY SERVICE AND INNOVATION TOWARD CUSTOMER SATISFACTION
ON PLN (PERSERO) AREA MANADO*

Oleh:
Siskawati Rahman

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen
Universitas Sam Ratulangi Manado

E-mail:

siskamisa@gmail.com

Abstrak: PT. PLN (Persero) Area Manado adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa penyediaan listrik baik untuk industri maupun rumah tangga. Untuk Area Manado PT. PLN (Persero) melayani pelanggan rumah tangga dan pelanggan industri. Sektor tenaga listrikan seperti halnya sektor-sektor jasa lainnya, dituntut untuk menjaga tingkat pelayanan kerja yang baik dimata masyarakat dalam menjalankan operasionalnya. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy* dan inovasi secara simultan dan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) Area Manado. Populasi dalam penelitian ini adalah para pelanggan pada PT. PLN (Persero) Area Manado, dengan jumlah sampel 100 pelanggan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan analisis deskriptif kuantitatif untuk mengetahui sejauh mana pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy* dan inovasi berpengaruh secara simultan dan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) Area Manado. Perusahaan sebaiknya perlu memberikan pelatihan kepada karyawan dalam meningkatkan kualitas jasanya, perlu mencermati upaya pemenuhan layanan dari segi ketepatan waktu dalam melayani konsumen untuk dapat mewujudkan mutu layanan yang berkualitas, perlu meningkatkan layanan terutama mengenai masalah kecepatan penanganan keluhan para pelanggan.

Kata Kunci: *kualitas pelayanan, inovasi, kepuasan pelanggan*

Abstract: PT. PLN (Persero) Area Manado is a company engaged in the field of electricity supply services for both industry and household for Manado area, PT. PLN (Persero) serves customers of household and industrial customers. Power sector as well as other service sectors, are required to maintain a good level of service in the eyes of the community in running its operations. The purpose of this research was to determine and analyze effect of innovation service quality consisting of *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy* and innovation simultaneously and partially toward customer satisfaction on PT. PLN (Persero) Area Manado. The population of this research is customers of PT. PLN (Persero) Area Manado, and a sample is 100 customers. The approach that used in this research is descriptive qualitative analysis approach to determine the extent of its effect toward customer satisfaction. The result of hypothesis showing that innovation service quality consisting of *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy* and innovation have an effect simultaneousty and partially toward customer satisfaction on PT. PLN (Persero) Area Manado. Companies must need to provide training to employees in improving the quality of his services. Need to necessary to observe service fulfillment efforts in terms of timelines in serving consumers to be able to realize the quality of innovation service quality. Need to improve services, especially regarding the problem of speed of customer complaints handling.

Keywords: *quality service, innovation, customer satisfaction*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Persaingan dalam dunia bisnis yang semakin ketat sehingga menuntut manajemen perusahaan untuk lebih cermat dalam menentukan strategi bersaingnya, agar dapat memenangkan persaingan yang dihadapinya. Manajemen perusahaan dituntut untuk dapat mendesain dan mengimplementasi strategi pemasaran yang mampu menciptakan, mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya dapat tercipta loyalitas yang tinggi dari pelanggan terhadap produk yang ditawarkan. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality* yang telah dikembangkan oleh Parasuraman, dkk dalam Lupiyoadi (2013: 181).

PT. PLN (Persero) merupakan Badan Usaha Milik Negara yang bergerak dibidang jasa penyediaan listrik baik untuk industri maupun rumah tangga. Untuk Cabang Manado PT. PLN Persero melayani pelanggan rumah tangga dan pelanggan industri. Sektor ketenagalistrikan seperti halnya sektor-sektor jasa lainnya, dituntut untuk menjaga tingkat pelayanan kerja yang baik dimata masyarakat dalam menjalankan operasionalnya. Fungsi Pelayanan pelanggan FPL adalah fungsi yang melaksanakan pelayanan pemberian informasi tentang tata cara, perhitungan besarnya biaya, persyaratan dan informasi lainnya yang berhubungan dengan penyambungan tenaga listrik pada calon pelanggan serta masyarakat umum serta pelayanan pemberian penyambungan tenaga listriknya, perubahan data yang berhubungan dengan pemberian penyambungan tenaga listrik yang meliputi perencanaan persiapan pelaksanaan dan pengendalian.

Wibisono (2006: 113) mengatakan bahwa cara yang paling mudah untuk mendeteksi keberhasilan inovasi adalah melalui pengecekan didapatkannya pelanggan baru (akuisisi pelanggan), pertumbuhan penjualan, loyalitas pelanggan, dan peningkatan margin keuntungan. Nugroho (2003:395) juga mengungkapkan bahwa kebanyakan produk baru berasal dari bentuk terus menerus. Pada tahun-tahun belakangan adalah modifikasi atau perluasan dari produk yang sudah ada, dengan sedikit perubahan pada pola perilaku dasar yang diminta oleh konsumen. Namun dari jenis-jenis inovasi, penulis lebih memilih inovasi terus menerus secara dinamis. Karena PT. PLN (Persero) area Manado menciptakan inovasi pelayanan publik yang tidak sepenuhnya mengubah secara signifikan produk yang sudah ada sebelumnya namun hanya dengan menambah pola pada produk sebelumnya sehingga terlihat semakin canggih.

Salah satu faktor yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan, meliputi; *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati) dan *tangibles* (bukti langsung) dan inovasi. Oleh karena itu, kualitas pelayanan harus menjadi fokus utama perhatian bagi PT. PLN (Persero) Area Manado karena dapat menciptakan kepuasan pelanggan dan akan mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Kualitas pelayanan yang baik dapat menjadi keunggulan bersaing bagi perusahaan jasa seperti yang dikemukakan oleh Parasuraman, dkk (1996: 118). Baik tidaknya kualitas pelayanan barang atau jasa tergantung pada kemampuan pelanggan dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten. Pelanggan yang merasa puas secara tidak langsung akan menciptakan loyalitas, dan mendorong terjadinya rekomendasi dari mulut kemulut, bahkan dapat memperbaiki citra perusahaan dimata pelanggan.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh:

1. Kualitas Pelayanan dan Inovasi terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) Area Manado.
2. Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. PLN (Persero) Area Manado.
3. Inovasi terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. PLN (Persero) Area Manado.

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Pemasaran

Suparyanto dan Rosad (2015: 3), mengatakan bahwa manajemen pemasaran adalah ilmu yang mempelajari tentang perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian terhadap barang dan jasa, penetapan harga, pelaksanaan distribusi, aktivitas promosi yang dilakukan oleh orang tertentu dengan proses tertentu, yang ditunjang dengan bukti fisik untuk menciptakan pertukaran guna memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen, sehingga dapat mencapai tujuan perusahaan. Jadi, dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran adalah sebagai suatu seni dan ilmu untuk memilih pasar sasaran serta mendapatkannya dan mempertahankannya yang dirancang untuk memuaskan keinginan pasar sasaran.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan keseluruhan berbagai ciri dan karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuan untuk memenuhi berbagai kebutuhan yang telah ditentukan atau yang bersifat laten. Berbagai karakteristik jasa diatas, dianggap penting dalam menentukan kualitas jasa dan layanan.

Inovasi

Fontana (2009: 20) mengungkapkan bahwa inovasi adalah kesuksesan ekonomi dan sosial berkat diperkenalkannya cara baru atau kombinasi baru dari cara-cara lama dalam mentransformasi input menjadi output yang menciptakan perubahan besar dalam hubungan antara nilai guna dan harga yang ditawarkan kepada konsumen dan/atau pengguna, komunitas, sosietas dan lingkungan. Dapat disimpulkan bahwa inovasi merupakan faktor fundamental dalam penentu perubahan ekonomi.

Kepuasan Pelanggan

Tjiptono (2012: 301) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan merupakan situasi yang ditunjukkan oleh pelanggan ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik. Jadi, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan pelanggan baik senang ataupun sedih yang timbul setelah pelanggan membandingkan kualitas dari produk atau jasa yang dipergunakannya dengan apa yang diharapkannya.

Penelitian Terdahulu

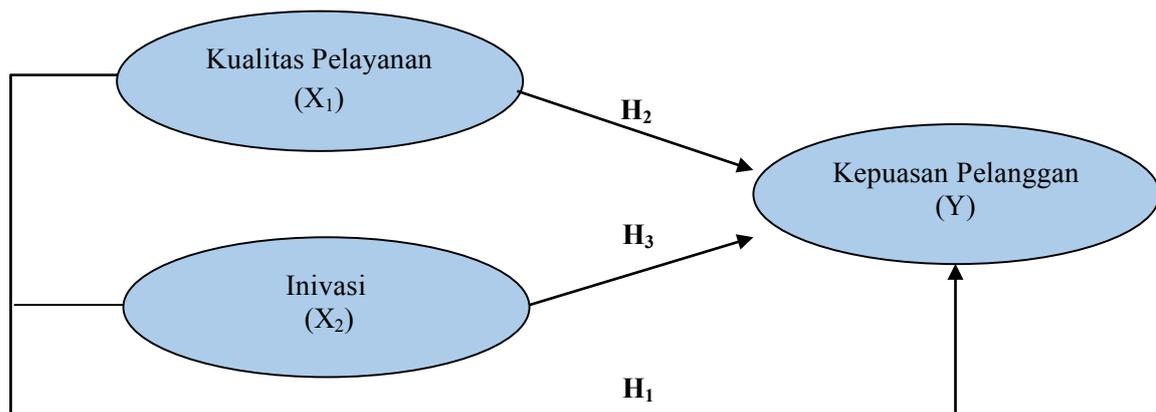
Finnora dan Razak (2017) judul penelitian Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah. Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh. Dari hasil penelitian diperoleh bahwa bahwa kualitas pelayanan dan citra perusahaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Saerang *et al* (2018) judul penelitian Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Listrik Pintar (Listrik Prabayar/Pulsa) (Studi Kasus Pada Perusahaan Listrik Negara Rayon Paniki-Manado). Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh Kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Dari hasil penelitian diperoleh bahwa kualitas layanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Lumenta (2014) judul penelitian Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia (Persero) Manado. Tujuan penelitian untuk menganalisis pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Pos Indonesia (Persero) Manado. Dari hasil penelitian diperoleh bahwa harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan secara parsial kedua variabel berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Saktiani (2015) judul penelitian Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan *Word Of Mouth*. Tujuan penelitian untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan dan *Word of Mouth* (WOM). Dari hasil penelitian diperoleh bahwa erdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

Haryanto (2013) judul penelitian Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Mcdonald's Manado. Tujuan penelitian untuk menganalisis strategi promosi, kualitas produk, kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Restoran Cepat Saji McDonald's. Dari hasil penelitian diperoleh bahwa secara simultan strategi promosi, kualitas produk, kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Secara parsial strategi promosi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kerangka Konseptual**Gambar 1. Kerangka Konseptual**

Sumber: Kajian Teori 2018

Hipotesis Penelitian

- H₁ : Kualitas Pelayanan dan Inovasi diduga berpengaruh simultan terhadap kinerja pegawai di Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang Manado
- H₂ : Gaya kepemimpinan diduga berpengaruh secara parsial terhadap kinerja pegawai di Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang Manado
- H₃ : Budaya Organisasi diduga berpengaruh secara parsial terhadap kinerja pegawai di Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang Manado
- H₄ : Lingkungan kerja diduga berpengaruh secara parsial terhadap kinerja pegawai di Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang Manado

METODE PENELITIAN**Pendekatan Penelitian**

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode asosiatif bertujuan untuk melihat keterhubungan antar variabel penelitian baik variabel *dependent* maupun *independent*. Sugiono (2014: 2) mengemukakan metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

Populasi, Besaran Sampel dan Teknik Sampling Penelitian

Riduwan (2012: 8) menyatakan populasi adalah objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pegawai di Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang Manado, yang berjumlah 70 orang. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *sampling* jenuh atau *total sampling* yaitu teknik pengambilan sampel apabila semua populasi digunakan sebagai sampel dan dikenal juga dengan istilah sensus (Riduwan, 2012: 64). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik sampel jenuh (*total sampling*).

Teknik Analisis

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda yang diolah melalui program SPSS versi 21.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Angket atau kuesioner dikatakan valid jika pada angket atau kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh angket atau kuesioner tersebut. Pengujian validitas ini menggunakan *Pearson Correlation* yaitu dengan cara menghitung korelasi antara nilai yang diperoleh dari pertanyaan-pertanyaan. Suatu pertanyaan dikatakan valid jika tingkat signifikansinya berada dibawah 0,05 (Ghozali, 2012: 52). Suatu angket

atau kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Uji Normalitas

Ghozali (2012: 160) mengemukakan uji normalitas bertujuan apakah dalam model regresi variabel dependen dan variabel independen mempunyai kontribusi atau tidak. Model regresi yang baik adalah data distribusi normal atau mendekati normal, untuk mendeteksi normalitas dapat dilakukan dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal grafik.

Uji Heterokedastisitas

Ghozali (2012: 139) mengemukakan uji heterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

Uji Multikolinearitas

Ghozali (2012: 105) mengemukakan uji multikolineritas bertujuan untuk menguji apakah suatu model regresi terdapat korelasi antara variabel bebas (independen). Pengujian multikolineritas dilihat dari besaran VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *tolerance*.

Uji Hipotesis

Uji F (Simultan)

Ghozali (2012: 98) mengemukakan uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau variabel terikat.

1. Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima
2. Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Uji t (Parsial)

Uji statistik t digunakan untuk mengetahui kemampuan masing-masing variabel independen secara individu (partial) dalam menjelaskan perilaku variabel dependen (Ghozali, 2013: 98).

1. Jika $t_h \geq t_t \rightarrow$ maka H_0 ditolak, H_a diterima
2. Jika $t_h < t_t \rightarrow$ maka H_0 diterima, H_a ditolak

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Indikator	Item-Total Statistics			R-Tabel Product Moment	Keterangan
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation		
X1.1	124.3570	266.339	0.269	0.197	Valid
X1.2	124.3070	267.152	0.226	0.197	Valid
X1.3	124.3670	266.400	0.226	0.197	Valid
X1.4	124.3070	265.795	0.269	0.197	Valid
X1.5	124.1270	269.047	0.199	0.197	Valid
X1.6	123.9870	255.443	0.650	0.197	Valid
X1.7	123.8770	254.705	0.692	0.197	Valid

X1.8	123.9770	255.863	0.640	0.197	Valid
X1.9	124.0070	252.623	0.731	0.197	Valid
X1.10	124.2170	250.634	0.777	0.197	Valid
X2.1	124.3670	268.406	0.204	0.197	Valid
X2.2	124.3370	267.278	0.229	0.197	Valid
X2.3	124.4370	267.182	0.200	0.197	Valid
X2.4	124.5870	260.459	0.476	0.197	Valid
X2.5	124.4470	257.276	0.556	0.197	Valid
X2.6	124.6170	253.283	0.604	0.197	Valid
X2.7	124.3470	258.936	0.514	0.197	Valid
X2.8	124.2070	254.790	0.627	0.197	Valid
X2.9	124.2470	254.277	0.585	0.197	Valid
X2.10	124.2670	253.109	0.599	0.197	Valid
Y1	124.3570	263.513	0.361	0.197	Valid
Y2	124.1770	262.353	0.382	0.197	Valid
Y3	124.2270	262.777	0.335	0.197	Valid
Y4	124.3970	264.070	0.294	0.197	Valid
Y5	124.0570	267.475	0.242	0.197	Valid
Y6	124.1070	248.998	0.754	0.197	Valid
Y7	124.0770	247.498	0.776	0.197	Valid
Y8	124.0970	253.523	0.772	0.197	Valid
Y9	124.0770	247.498	0.776	0.197	Valid
Y10	124.0770	247.498	0.776	0.197	Valid

Sumber: Output SPSS 21, 2018

Nilai r untuk masing-masing pertanyaan ternyata positif dan nilainya lebih besar dari r_{tabel} product moment 0,197, maka dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan adalah valid.

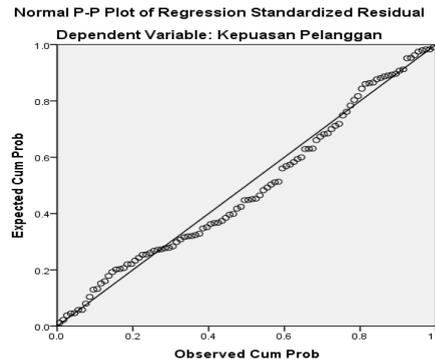
Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Gaya Kepemimpinan (X_1)	0,908	Reliabel
2	Budaya Organisasi (X_2)	0,907	Reliabel
3	Lingkungan Kerja (X_3)	0,909	Reliabel
4	Kinerja Pegawai (Y)	0,907	Reliabel

Sumber: Output SPSS 21, 2018

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai *cronbach's alpha* adalah di atas 0,6 sehingga dapat disimpulkan bahwa reliabilitas dari konstruk atau variabel penelitian adalah tinggi.

Uji Asumsi Klasik Normalitas

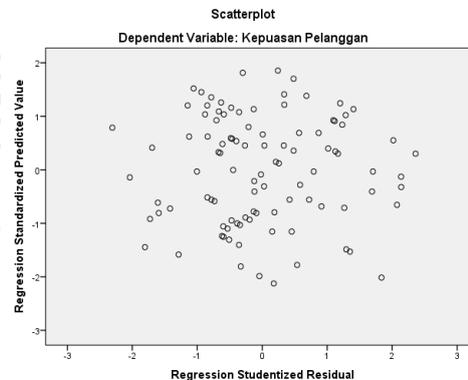


Gambar 2. Normal Probability Plot

Sumber: Output SPSS 21, 2018

Gambar 2 menunjukkan grafik *normal probability plot* menggambarkan data menyebar di sekitar garis diagonal mengikuti arah garis diagonal, menunjukkan pola distribusi normal, sehingga model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji Asumsi Klasik Heterokedastisitas



Gambar 3. Scatterplot

Sumber: Output SPSS 21, 2018

Gambar 3 menunjukkan grafik *Scatterplot* yang ditampilkan untuk uji heterokedastisitas terlihat semua titik tidak mempunyai pola tertentu. Hal ini menunjukkan tidak adanya heteroskedastisitas.

Uji Asumsi Klasik MultiKolinieritas

Tabel 3. Hasil Uji MultiKolinieritas

Variabel	VIF
Kualitas Pelayanan (X_1)	1,196
Inovasi (X_2)	1,196

Sumber: Output SPSS 21, 2018

Karena nilai VIF semua variabel kurang dari 10, maka tidak terdapat gejala multikolinieritas pada semua variabel bebas.

Tabel 4. Koefisien Korelasi (R) dan Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.843 ^a	0.710	0.704	0.33692

a. *Predictors:* (Constant), Kualitas Pelayanan, Inovasi

b. *Dependent Variable:* Kepuasan Pelanggan

Sumber: Output SPSS 21, 2018

Pada model *summary* diketahui bahwa Nilai koefisien korelasi (R) adalah 0,843. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan inovasi secara simultan mempunyai hubungan yang kuat. Nilai koefisien determinasi (R²) adalah 0,710. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi variabel independen, yaitu kualitas pelayanan (X₁) dan inovasi terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan) adalah sebesar 29 % dipengaruhi oleh variabel lain diluar model yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 5. Hasil Uji F (Simultan)

Model		sum of squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	29.999	2	13.499	118.921	0.000 ^b
	Residual	11.011	97	0.114		
	Total	38.010	99			

a. *Dependent Variable:* Kepuasan Pelanggan

b. *Predictors:* (Constant), Kualitas Pelayanan, Inovasi

Sumber: Output SPSS 21, 2018

Hasil uji F - secara simultan menunjukkan nilai F_{hitung} sebesar 118,921. Sedangkan nilai F_{tabel} dengan degree of freedom = $n - k - 1 = 100 - 2 - 1 = 97$ adalah sebesar 3,09. Oleh karena nilai F_h sebesar 118,921 > F_t sebesar 3,09; maka H_a diterima dan H_0 ditolak.

Tabel 6. Hasil Uji t (Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1. (Constant)	-.286	.278		-1.029	.306
Kualitas Pelayanan	.797	.070	.684	11.542	.000
Inovasi	.358	.060	.287	4.809	.000

Sumber: Output SPSS 21, 2018

Hasil uji-t menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel kualitas pelayanan (X₁) adalah sebesar 11,452; Sedangkan nilai t_{tabel} dengan *degree of freedom* = $100 - 2 - 1 = 97$, dengan tingkat signifikansi (α) = 5% adalah sebesar 1,660. Nilai t_{hitung} untuk kualitas pelayanan (X₁) adalah sebesar 11,452 > nilai t_{tabel} sebesar 1,660; maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Hasil uji-t menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel inovasi (X₂) adalah sebesar 4,809; Sedangkan nilai t_{tabel} dengan *degree of freedom* = $100 - 2 - 1 = 97$, dengan tingkat signifikansi (α) = 5% adalah sebesar 1,660. Nilai t_{hitung} untuk inovasi (X₂) adalah sebesar 4,809 > nilai t_{tabel} sebesar 1,660; maka H_a diterima dan H_0 ditolak.

Tabel 7. Koefisien Regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1. (Constant)	-.286	.278			-1.029	.306
Kualitas Pelayanan	.797	.070	.684		11.542	.000
Inovasi	.358	.060	.287		4.809	.000

Sumber: Output SPSS 21, 2018

Nilai konstanta sebesar -0,286 menunjukkan bahwa jika tidak ada variabel bebas atau nilai variabel bebas dianggap 0 maka kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar -0,286 satuan. Nilai koefisien regresi X_1 sebesar 0,797 menunjukkan terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Jika skor variabel kualitas pelayanan (X_1) meningkat satu satuan maka kepuasan pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,797 satuan dengan asumsi variabel lain konstan. Jika skor variabel budaya organisasi (X_2) meningkat satu satuan maka kinerja pegawai (Y) akan meningkat sebesar 0,248 satuan dengan asumsi variabel lain konstan. Nilai koefisien regresi X_2 sebesar 0,290 menunjukkan terdapat pengaruh positif inovasi (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Jika skor variabel inovasi (X_2) meningkat satu satuan maka kepuasan pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,290 satuan dengan asumsi variabel lain konstan.

Pembahasan

Kualitas pelayanan merupakan salah satu bagian dari strategi manajemen pemasaran. Kualitas pelayanan telah menjadi satu tahap faktor dominan terhadap keberhasilan suatu organisasi. Pengembangan kualitas sangat didorong oleh kondisi persaingan antar perusahaan, kemajuan teknologi, tahapan perekonomian dan sosial budaya masyarakat. Oleh karena itu, kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan agar dapat mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Kualitas pelayanan, secara parsial berpengaruh nyata terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) Area Manado. Hal ini didukung oleh penelitian dari Panjaitan dan Yuliati, (2016) kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada JNE cabang Bandung. Usaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang baik dapat dimulai dari pemenuhan pelanggan, yaitu: 1. memberikan interaksi yang positif dan menyenangkan kepada pelanggan, 2. sopan dan perhatian saat penyajian, 3. tepat waktu dalam memenuhi kebutuhan pelanggan, 4. Kenali pelanggan, 5. mendapatkan perbandingan yang tepat antara jumlah pelayan dan pelanggan, 6. memberikan rekomendasi fasilitas yang dibutuhkan oleh pelanggan.

Inovasi merupakan proses mengembangkan ide baru atau memasukkan ide baru dalam kegiatan praktis sehingga terjadi konversi ide baru dalam aplikasi yang bermanfaat. Aplikasi ide baru terjadi dalam bentuk proses inovasi yang akan menghasilkan sesuatu yang inovatif. Beberapa hal yang menjadi pendorong inovasi, yaitu: (1) variabel struktur, meliputi struktur organisasi, sumber daya yang dimiliki dan komunikasi yang terjadi dalam organisasi, (2) variabel budaya, meliputi penerimaan terhadap ambiguitas, toleransi terhadap hal-hal yang tidak praktis, rendahnya kontrol eksternal, toleransi terhadap resiko, toleransi terhadap konflik, berfokus terhadap hasil dan sistem yang terbuka, (3) variabel sumber daya manusia, meliputi komitmen tinggi terhadap pelatihan dan pengembangan, tingkat keamanan pekerjaan dan sumber daya orang yang kreatif. Jika dihubungkan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yulimindra dan Wijayanto, (2015) mengatakan bahwa inovasi memiliki pengaruh langsung yang signifikan dan positif terhadap citra perusahaan.

PENUTUP

Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah:

1. Kualitas pelayanan dan inovasi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) area Manado.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) area Manado.
3. Inovasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) area Manado.

Saran

Saran yang dapat diberikan:

1. Perlu memberikan pelatihan kepada pelanggan dalam meningkatkan kualitas jasanya.
2. Perlu mencermati upaya pemenuhan layanan dari segi ketepatan waktu dalam melayani pelanggan untuk dapat mewujudkan mutu layanan yang berkualitas.
3. Perlu meningkatkan layanan, terutama mengenai masalah kecepatan penanganan keluhan para pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Finnora dan Razak. 2017. Pengaruh Kualitas Layanan dan citra Perusahaan terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, Vol. 5. No. 2, ISSN: 2338-4794. Hal. 1-12. <http://ojs.ekonomi-ungris.ac.id/article/113-730-1PB>. Diakses 19 Februari 2018.
- Fontana. 2009. *Manajemen Inovasi dan Penciptaan Nilai*. PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta
- Ghozali. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. UNDIP, Semarang.
- _____. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Edisi 7*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Haryanto. 2013. Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Mcdonald's Manado. *Jurnal EMBA*, Vol,1 No.4, ISSN 2303-1174. Hal. 1465-1473. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2923>. Diakses 19 Februari 2018.
- Lumenta. 2014. Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia (Persero) Manado. *Jurnal EMBA*, Vol. 2 No. 3, ISSN 2303-1174. Hal. 1550-1562. <https://ejournal.unsrat.ac.id/article/view/5913/5445>. Diakses 19 Februari 2018.
- Lupiyoadi. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Edisi Ketiga. Salemba Empat, Jakarta.
- Nugroho. 2003. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Pranada Media, Jakarta.
- Panjaitan dan Yuliati. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE Cabang Bandung. *Jurnal Manajemen*, Vol. 11 No. 2. Hal. 265-289. <http://ojs.uph.edu/index.php/DJM/article/view/197/130>. Diakses 19 Februari 2018.
- Parasuraman., Zeithaml., Valerie, and Berry. 1996. ServquaL: A Multiple-Item for Measuring Consumer Perceptions of Serice Quality. *Journal of Retailing*. Vol. 64 No. 1. Hlm. 12-40. <https://www.researchgate.net>. Diakses 19 Februari 2018.
- Riduwan. 2012. *Statistika*. Alfabeta, Bandung.
- Saerang, D. P. E., Tulung, J. E., & Ogi, I. W. J. (2018). The influence of executives' characteristics on bank performance: The case of emerging market. *Journal of Governance & Regulation*, 7(4), 13-18.
- Saktiani. 2015. Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Word of Mouth. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Vol. 4, No. 2, ISSN. 2442-6962. <https://media.neliti.com/187973-ID>. Diakses 19 Februari 2018.
- Sugiono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung, Alfabeta.
- Suparyanto dan Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran*. IN MEDIA, Bogor.
- Tokan, Tumbel dan Roring. 2016. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Listrik Pintar (Listrik Prabayar/Pulsa) (Studi Kasus Pada Perusahaan Listrik Negara Rayon Paniki-Manado). *Jurnal EMBA*, Vol.4, No.5, ISSN: 2303-1174, Hal. 303-408. <http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article>. Diakses 19 Februari 2018.
- Tjiptono. 2012. *Pemasaran Strategik*. ANDI, Yogyakarta.

- Yulimindra dan Wijayanto, 2015. Pengaruh Kualitas Layanan dan Inovasi terhadap Citra Perusahaan dan Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Riau Kepri. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, Vol. VII No. 3. Hal. 1-14. <https://ejournal.unri.ac.id>. Diakses 19 Mei 2018.
- Wibisono. 2006. *Manajemen Kinerja*. Erlangga, Jakarta.

