

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menjadikan pengolahan data dalam bentuk kuesioner yang terdiri dari 6 pernyataan untuk variabel kepuasan konsumen (Y), 10 pernyataan untuk variabel kualitas pelayanan (X1), 16 pernyataan untuk variabel kualitas produk (X2) dan 8 pernyataan untuk variabel harga (X3)

4.1.1 Identitas Responden

Dari kuesioner yang sudah di isi responden, maka di dapat data responden sebagai berikut.

Tabel 4.1

Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	L	41	41.0	41.0	41.0
	P	59	59.0	59.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Penelitian (2023)

Berdasarkan tabel 4.6 di atas, tentang karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dari 100 responden, mayoritas responden dalam penelitian ini berjenis kelamin perempuan sebanyak 59 orang (59%) sedangkan berjenis kelamin laki-laki. sebanyak 41 orang (41%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini di dominasi oleh responden dengan jenis kelamin perempuan, hal ini berarti pelanggan PLN cabang Medan Timur adalah perempuan.

Tabel 4.2

Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Usia

		Tingkat Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-30 Tahun	36	36.0	36.0	36.0
	31-40 Tahun	35	35.0	35.0	71.0
	41-50 Tahun	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Penelitian (2023)

Berdasarkan tabel 4.7 di atas, tentang karakteristik responden berdasarkan tingkat usia dari 100 responden, mayoritas responden dalam penelitian ini berusia 20-30 tahun sebanyak 36 orang (36%) sedangkan berusia 31-40 tahun sebanyak 35 orang (35%) dan berusia 41-50 tahun sebanyak 29 orang (29%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini di dominasi oleh responden dengan tingkat usia, hal ini berarti pelanggan PLN cabang Medan Timur adalah berusia 20-30 tahun.

Tabel 4.3
Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PNS	22	22.0	22.0	22.0
	Pegawai Swasta	29	29.0	29.0	51.0
	Wiraswasta	35	35.0	35.0	86.0
	TNI/POLRI	8	8.0	8.0	94.0
	Pelajar/Mahasiswa	6	6.0	6.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Penelitian (2023)

Berdasarkan tabel 4.8 di atas, tentang karakteristik responden berdasarkan tingkat pekerjaan dari 100 responden, mayoritas responden dalam penelitian ini bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 35 orang (35%) sedangkan pelajar/mahasiswa sebanyak 6 orang (6%), bekerja sebagai pegawai swasta sebanyak 29 orang (29%), bekerja sebagai PNS sebanyak 22 orang (22%) dan bekerja sebagai TNI/POLRI sebanyak 8 orang (8%).

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini di dominasi oleh responden dengan tingkat pekerjaan, hal ini berarti pelanggan PLN cabang Medan Timur adalah yang bekerja sebagai wiraswasta.

Tabel 4.4
Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan
Tingkat Pendapatan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
V >Rp.500.000-Rp.1.000.000	6	6.0	6.0	6.0
Rp.1.500.000-Rp.2.000.000	29	29.0	29.0	35.0
Rp.2.500.000-Rp.3.000.000	35	35.0	35.0	70.0
Rp.3.500.000	30	30.0	30.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Penelitian (2023)

Berdasarkan tabel 4.9 di atas, tentang karakteristik responden berdasarkan tingkat penghasilan dari 100 responden, mayoritas responden dalam penelitian ini yang memiliki penghasilan Rp.2.500.000–Rp.3.000.000 sebanyak 35 orang (35%) sedangkan yang memiliki penghasilan >Rp.500.000–Rp.1.000.000 sebanyak 6 orang (6%), yang memiliki penghasilan Rp.1.500.000–Rp.2.000.000 sebanyak 29 orang (29%), dan yang memiliki penghasilan Rp.3.500.000 35 orang (35%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini di dominasi oleh responden dengan tingkat penghasilan, hal ini berarti pelanggan PLN cabang Medan Timur adalah yang memiliki penghasilan Rp.2.500.000–Rp.3.000.000.

4.1.4 Statistik Deskriptif

1. Tabulasi Frekuensi Variabel

Berdasarkan pengujian statistik frekuensi yang dilakukan maka diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.5
Tabulasi Frekuensi Kualitas Pelayanan (X1)

Butir Pernyataan	Skor Jawaban Responden										
	SS	%	S	%	N	%	TS	%	STS	%	Mean
Berwujud	15	15%	35	35%	20	20%	30	30%	-	0%	3,35
Ketersediaan ruang tunggu yang nyaman											
Penampilan karyawan PLN Unit Medan Timur rapi	21	21%	64	65%	13	13%	2	2%	-	0%	4,04
Empati											
Karyawan PLN Unit Medan Timur memberikan perhatian individu kepada pelanggan	6	6%	9	9%	31	31%	54	54%	-	0%	2,67
Karyawan PLN Unit Medan Timur selalu mengutamakan para pelanggan	12	12%	73	73%	11	11%	3	3%	1	1%	3,92
Daya Tanggap											
Karyawan PLN Unit Medan Timur memiliki	13	13%	67	67%	16	16%	4	4%	-	0%	3,89

sistem yang mudah dalam pelayanan											
Karyawan PLN Unit Medan Timur memiliki sistem yang yang cepat dan tanggap dalam mengatasi kelistrikan	20	20%	67	67%	7	7%	6	6%	-	0%	4,01
Keandalan											
Karyawan PLN Unit Medan Timur selalu memberikan pelayanan yang baik	13	13%	78	78%	6	6%	3	3%	-	0%	4,01
Karyawan PLN Unit Medan Timur menyediakan layanan yang ramah.	34	34%	54	54%	5	5%	7	7%	-	0%	4,15
Jaminan											
Pelanggan merasa aman	32	32%	27	27%	13	13%	27	27%	1	1%	3,62

dalam bertransaksi											
Karyawan PLN Unit Medan Timur memiliki pengetahuan yang memadai untuk menjawab pertanyaan- pertanyaan pelanggan	33	33%	42	42%	24	24%	1	1%	-	0%	4,06

Sumber : Data diolah 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat diuraikan sebagai berikut :

1. “Ketersediaan ruang tunggu yang nyaman” untuk butir pernyataan diatas mayoritas responden yaitu 35 orang (35%) menjawab setuju.
2. “Penampilan karyawan PLN Unit Medan Timur rapi” untuk butir pernyataan diatas mayoritas responden yaitu 64 orang (64%) menjawab setuju.
3. “Karyawan PLN Unit Medan Timur memberikan perhatian individu kepada pelanggan” untuk butir pernyataan diatas mayoritas responden yaitu 54 orang (54%) menjawab tidak setuju.
4. “Karyawan PLN Unit Medan Timur selalu mengutamakan para pelanggan” untuk butir pernyataan diatas mayoritas responden yaitu 73 orang (73%) menjawab setuju.
5. “Karyawan PLN Unit Medan Timur memiliki sistem yang mudah dalam pelayanan.” untuk butir pernyataan diatas mayoritas responden yaitu 67 orang (67%) menjawab setuju.

6. “Karyawan PLN Unit Medan Timur memiliki sistem yang yang cepat dan tanggap dalam mengatasi kelistrikan” untuk butir pernyataan diatas mayoritas responden yaitu 67 orang (67%) menjawab setuju.
7. “Karyawan PLN Unit Medan Timur selalu memberikan pelayanan yang baik” untuk butir pernyataan diatas mayoritas responden yaitu 78 orang (78%) menjawab setuju.
8. “Karyawan PLN Unit Medan Timur menyediakan layanan yang ramah” untuk butir pernyataan diatas mayoritas responden yaitu 54 orang (54%) menjawab setuju.
9. “Pelanggan merasa aman dalam bertransaksi” untuk butir pernyataan diatas mayoritas responden yaitu 32 orang (32%) menjawab sangat setuju.
10. “Karyawan PLN Unit Medan Timur memiliki pengetahuan yang memadai untuk menjawab pertanyaan-pertanyaa pelanggan” untuk butir pernyataan diatas mayoritas responden yaitu 42 orang (42%) menjawab setuju.

Berdasarkan data di atas, tentang tabulasi frekuensi variabel kualitas pelayanan, dimana nilai frekuensi rata-rata tertinggi sebanyak 70% atau 70 responden dan nilai frekuensi rata-rata terendah sebanyak 30% atau 30 responden. secara keseluruhan mayoritas responden dalam penelitian ini menyatakan setuju. Dan dengan hasil indikator yang tertinggi terdapat pada indikator keandalan dengan pernyataan Karyawan PLN Unit Medan Timur menyediakan layanan yang ramah dan untuk indikator terendah terdapat pada indikator empati dengan pernyataan Karyawan PLN Unit Medan Timur memberikan perhatian individu kepada pelanggan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang telah diberikan perusahaan baik sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga banyak mayoritas yang memilih setuju daripada tidak setuju.

Tabel 4.6
Tabulasi Frekuensi Kualitas Produk (X2)

Butir Pernyataan	Skor Jawaban Responden										
	SS	%	S	%	N	%	TS	%	STS	%	Mean
Kinerja (performance)	15	15%	35	35%	20	20%	30	30%	-	0%	3,35
Kualitas produk PLN bagus.											
Kualitas produk PLN sudah jelas keamanannya.	21	21%	64	64%	13	13%	2	2%	-	0%	4,04
Daya Tahan (Durability)											
PLN memiliki variasi produk sejenis dengan harga yang beragam sesuai dengan kebutuhan konsumen.	6	6 %	9	9%	31	31%	54	54%	-	0%	2,67
Penempatan produk PLN	12	12%	75	75%	11	11%	1	1%	1	1%	3,96

dapat ditemukan toko manapun agar memudahkan konsumen											
Kesesuaian dengan spesifikasi (conformance to spesifications)											
Produk PLN sudah berizin.	12	12%	69	69%	16	16%	3	3%	-	0%	3,9
Produk PLN memili ki kesesua ian dengan spesifik asi	21	21%	68	68%	8	8%	3	3%	-	0%	4,07
Fitur Produk (features)											
Produk PLN	14	14%	79	79%	6	6%	1	1%	-	0%	4,06

Tabel 4.6
Tabulasi Frekuensi Kualitas Produk (X2) Lanjutan

[illegible]

Produk PLN sudah terjamin tidak adanya kerusakan.	26	26%	27	27%	14	14%	32	32%	1	1%	3,45
Produk PLN aman.	31	31%	42	42%	24	24%	2	2%	1	1%	4
Estetika <i>(aesthetic)</i>											
PLN mampu membuat produk sesuai kebutuhan konsumen.	19	19%	50	50%	11	11%	20	20%	-	0%	3,68
Produk PLN mudah untuk diperbaiki jika terjadi kerusakan	44	44%	43	43%	5	5%	8	8%	-	0%	4,23
Kesan Kualitas <i>(Perceived Quality)</i>											
Kemasan produk PLN menarik.	12	12%	62	62%	16	16%	10	10%	-	0%	3,76
Produk PLN mudah untuk melaku	15	15%	72	72%	9	9%	4	4%	-	0%	3,98

kan pemelih araan dan perbaik an.											
Kemampu an untuk diperb aiki (service ability)											
PLN memili ki tingkat kemuda han dalam melaku kan perbaik an.	13	13%	79	79%	7	7%	1	1%	-	0%	4,04
Produk PLN mudah untuk diperba iki	30	30%	26	26%	37	37%	7	7%	-	0%	3,79

Sumber : Data diolah 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat diuraikan sebagai berikut :

1. “Kualitas produk PLN bagus” untuk butir pernyataan diatas mayoritas responden yaitu 35 orang (35%) menjawab setuju.
2. “Kualitas produk PLN sudah jelas keamanannya” untuk butir pernyataan diatas mayoritas responden yaitu 64 orang (64%) menjawab setuju.
3. “PLN memiliki variasi produk sejenis dengan harga yang beragam sesuai dengan kebutuhan konsumen” untuk butir pernyataan diatas mayoritas responden yaitu 54 orang (54%) menjawab tidak setuju.
4. “Penempatan produk PLN dapat ditemukan toko manapun agar memudahkan konsumen” untuk butir pernyataan diatas mayoritas responden yaitu 75 orang (75%) menjawab setuju.

5. “Produk PLN sudah berizin pemerintah” untuk butir pernyataan diatas mayoritas responden yaitu 69 orang (69%) menjawab setuju.
6. “Produk PLN memiliki kesesuaian dengan spesifikasi” untuk butir pernyataan diatas mayoritas responden yaitu 68 orang (68%) menjawab setuju.
7. “Produk PLN memiliki inovasi” untuk butir pernyataan diatas mayoritas responden yaitu 79 orang (79%) menjawab setuju.
8. “Produk PLN sudah berlogo SNI” untuk butir pernyataan diatas mayoritas responden yaitu 55 orang (55%) menjawab setuju.
9. “Produk PLN sudah terjamin tidak adanya kerusakan” untuk butir pernyataan diatas mayoritas responden yaitu 32 orang (32%) menjawab tidak setuju.
10. “Produk PLN aman digunakan” untuk butir pernyataan diatas mayoritas responden yaitu 42 orang (42%) menjawab setuju.
11. “PLN mampu membuat produk sesuai kebutuhan konsumen” untuk butir pernyataan diatas mayoritas responden yaitu 50 orang (50%) menjawab setuju.
12. “Produk PLN mudah untuk diperbaiki jika terjadi kerusakan” untuk butir pernyataan diatas mayoritas responden yaitu 43 orang (43%) menjawab setuju.
13. “Kemasan produk PLN menarik” untuk butir pernyataan diatas mayoritas responden yaitu 62 orang (62%) menjawab setuju.
14. “Produk PLN mudah untuk melakukan pemeliharaan dan perbaikan” untuk butir pernyataan diatas mayoritas responden yaitu 72 orang (72%) menjawab setuju.
15. “PLN memiliki tingkat kemudahan dalam melakukan perbaikan” untuk butir pernyataan diatas mayoritas responden yaitu 79 orang (79%) menjawab setuju.
16. “Produk PLN mudah untuk diperbaiki” untuk butir pernyataan diatas mayoritas responden yaitu 37 orang (37%) menjawab tidak setuju.

Berdasarkan data di atas, tentang tabulasi frekuensi variabel kualitas produk, dimana nilai frekuensi rata-rata tertinggi sebanyak 70% atau 70 responden dan nilai frekuensi rata-rata terendah sebanyak 30% atau 30 responden. secara keseluruhan mayoritas responden dalam penelitian ini menyatakan setuju. Dan dengan hasil indikator yang tertinggi terdapat pada indikator fitur produk dengan pernyataan produk PLN sudah berlogo SNI dan untuk indikator terendah terdapat pada indikator daya tahan dengan pernyataan PLN memiliki variasi produk sejenis dengan harga yang beragam sesuai dengan kebutuhan konsumen. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas produk yang telah diberikan perusahaan baik sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga banyak mayoritas yang memilih setuju daripada tidak setuju.

Tabel 4.7
Tabulasi Frekuensi Harga (X3)

Butir Pernyataan	Skor Jawaban Responden										
	SS	%	S	%	N	%	TS	%	STS	%	Mean
Keterjangkauan Harga	17	17%	72	72%	7	7%	4	4%	-	0%	4,02
Seberapa puas anda dengan tarif listrik yang ditawarkan PLN											
Harga tarif listrik yang ditawarkan PLN terjangkau pelanggan	15	15%	46	46%	26	26%	13	13%	-	0%	3,63

[illegible]

Harga tarif listrik yang ditawarkan PLN sebanding dengan manfaat yang dirasakan konsumen.	16	16%	35	35%	16	16%	33	33%	-	0%	3,34
Saya merasa harga tarif listrik yang ditawarkan PLN sesuai dengan kemampuan daya beli saya	25	25%	45	45%	21	21%	8	8%	1	1%	3,85

Sumber : Data diolah 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat diuraikan sebagai berikut :

1. “Seberapa puas anda dengan tarif listrik yang ditawarkan PLN” untuk butir pernyataan diatas mayoritas responden yaitu 72 orang (72%) menjawab setuju.
2. “Harga tarif listrik yang ditawarkan PLN terjangkau pelanggan” untuk butir pernyataan diatas mayoritas responden yaitu 46 orang (46%) menjawab setuju.
3. “PLN menyediakan produk-produk dengan kualitas baik dengan harga yang murah” untuk butir pernyataan diatas mayoritas responden yaitu 43 orang (43%) menjawab tidak setuju.
4. “Harga yang ditawarkan PLN sesuai dengan kualitas produk” untuk butir pernyataan diatas mayoritas responden yaitu 51 orang (51%) menjawab setuju.
5. “Harga produk yang ditawarkan PLN memiliki persamaan dengan harga yang ditawarkan toko lainnya” untuk butir pernyataan diatas mayoritas responden yaitu 79 orang (79%) menjawab setuju.

6. “Harga produk di PLN lebih mahal” untuk butir pernyataan diatas mayoritas responden yaitu 77 orang (77%) menjawab setuju.
7. “Harga tarif listrik yang ditawarkan PLN sebanding dengan manfaat yang dirasakan konsumen” untuk butir pernyataan diatas mayoritas responden yaitu 3 orang (35%) menjawab setuju.
8. “Saya merasa harga tarif listrik yang ditawarkan PLN sesuai dengan kemampuan daya beli saya” untuk butir pernyataan diatas mayoritas responden yaitu 45 orang (45%) menjawab setuju.

Berdasarkan data di atas, tentang tabulasi frekuensi variabel harga, dimana nilai frekuensi rata-rata tertinggi sebanyak 70% atau 70 responden dan nilai frekuensi rata-rata terendah sebanyak 30% atau 30 responden. secara keseluruhan mayoritas responden dalam penelitian ini menyatakan setuju. Dan dengan hasil indikator yang tertinggi terdapat pada indikator daya saing harga dengan pernyataan Harga produk di PLN lebih mahal dan untuk indikator terendah terdapat pada indikator kesesuaian harga dengan kualitas produk dengan pernyataan PLN menyediakan produk-produk dengan kualitas baik dengan harga yang murah. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa harga yang telah diberikan perusahaan baik sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga banyak mayoritas yang memilih setuju daripada tidak setuju.

Tabel 4.8
Tabulasi Frekuensi Kepuasan Pelanggan (Y)

	Skor Jawaban Responden
--	------------------------

Butir Pernyataan	SS	%	S	%	N	%	TS	%	STS	%	Mean
Menggunakan Jasa Itu Kembali	20	100%	65	65%	10	10%	5	5%	-	0%	4
Saya terus menggunakan PLN											
PLN sesuai dengan manfaat yang diperoleh.	26	100%	63	63%	7	7%	4	4%	-	0%	4,11
Pelanggan Akan Merekomenda sikan											
PLN memberikan kepuasan sehingga berkunjung kembali	15	100%	66	66%	16	16%	3	3%	-	0%	3,93
Saya akan selalu menggunakan	26	100%	66	66%	7	7%	1	1%	-	0%	4,17

produk PLN menurut saya pilihan terbaik.											
Pelanggan Tidak Pernah Mengeluh											
Saya bersedia merekomendasikan PLN kepada kerabat.	15	5%	71	71%	11	11%	3	3%	-	0%	3,98
Saya akan berkata sesuatu yang positif tentang PLN	23	3%	70	70%	7	7%	-	0%	-	0%	4,16

Sumber : Data diolah 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat diuraikan sebagai berikut :

1. “Saya terus menggunakan PLN” untuk butir pernyataan diatas mayoritas responden yaitu 65 orang (65%) menjawab setuju.
2. “Menggunakan PLN sesuai dengan manfaat yang diperoleh” untuk butir pernyataan diatas mayoritas responden yaitu 63 orang (63%) menjawab setuju.
3. “PLN memberikan kepuasan sehingga berkunjung kembali” untuk butir pernyataan diatas mayoritas responden yaitu 66 orang (66%) menjawab setuju.

4. “Saya akan selalu menggunakan produk PLN menurut saya pilihan terbaik” untuk butir pernyataan diatas mayoritas responden yaitu 66 orang (66%) menjawab setuju.
5. “Saya bersedia merekomendasikan PLN kepada kerabat” untuk butir pernyataan diatas mayoritas responden yaitu 71 orang (71%) menjawab setuju.
6. “Saya akan berkata sesuatu yang positif tentang PLN” untuk butir pernyataan diatas mayoritas responden yaitu 70 orang (70%) menjawab setuju.

Berdasarkan data di atas, tentang tabulasi frekuensi variabel kepuasan pelanggan, dimana nilai frekuensi rata-rata tertinggi sebanyak 70% atau 70 responden dan nilai frekuensi rata-rata terendah sebanyak 60% atau 60 responden. secara keseluruhan mayoritas responden dalam penelitian ini menyatakan setuju. Dan dengan hasil indikator yang tertinggi terdapat pada indikator pelanggan akan merekomendasikan dengan pernyataan Saya akan selalu menggunakan produk PLN menurut saya pilihan terbaik. dan untuk indikator terendah terdapat pada indikator pelanggan akan merekomendasikan dengan pernyataan PLN memberikan kepuasan sehingga berkunjung kembali. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang telah diberikan perusahaan baik sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga banyak mayoritas yang memilih setuju daripada tidak setuju.

4.1.5 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Menurut Priyatno (dalam Irfan Rizqullah, 2018:218) Pada model ini digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi dengan normal atau tidak. Penelitian ini menggunakan uji normalitas dengan menggunakan *Kolmogorov Smirnov* menggunakan program SPSS.

H_0 : jika nilai $\text{sig} > 0,05$ data residual berdistribusi normal.

Ha : jika nilai $\text{sig} < 0,05$ data residual berdistribusi tidak normal.

Tabel 4.9
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.65819458
Most Extreme Differences	Absolute	.069
	Positive	.069
	Negative	-.068
Test Statistic		.069
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

est distribution is Normal.

alculated from data.

illiefors Significance Correction.

his is a lower bound of the true significance.

Sumber : Hasil Penelitian (2023)

Berdasarkan hasil pengujian statistik *One Sampel Kolmogrov-Smirnov* di atas menunjukkan bahwa nilai signifikasi sebesar 0,200, artinya nilai tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai residual terdistribusi normal atau memenuhi syarat uji normalitas.

2. Uji Multikolonieritas

Menurut Priyatno (dalam Irfan Rizqullah, 2018:218) Multikolinieritas artinya antar variabel independen yang ada didalam model regresi memiliki hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna. Salah satu cara mendeteksi adanya multikoniearitas adalah dengan melihat *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). *Tolerance* mengukur variabel independen yang terpilih yang

tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai yang umum digunakan untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai Tolerance < 1 atau sama dengan nilai VIF < 10 .

Tabel 4.10
Hasil Uji Multikolonieritas
Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Pelayanan	.114	8.763
	Kualitas Produk	.096	8.438
	Harga	.339	2.953

Sumber : Hasil Penelitian (2023)

Berdasarkan tabel hasil uji multikolonieritas di atas maka dapat dilihat bahwa nilai *VIF* untuk semua variabel independen tidak lebih dari 10 dan nilai tolerance untuk semua variabel independen juga tidak mendekati 1. Berdasarkan hasil tersebut dapat ditarik kesimpulannya bahwa semua variabel independen yang terdiri dari kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga, tidak terjadi gejala multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Priyatno (dalam Irfan Rizqullah, 2018:218) Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak sama disemua pengamatannya didalam model regresi. Jika terjadi heteroskedastisitas maka regresi tersebut tidak baik. Ada atau tidaknya heteroskedestisitas dapat dilihat dari nilai signifikan variabel bebas dan variabel terikat. Apabila hasil uji Glejser kurang dari atau sama dengan 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data mengalami heteroskedastisitas dan sebaliknya.

- Apabila $\text{sig. 2-tailed} < \alpha = 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas.
- Apabila $\text{sig. 2-tailed} > \alpha = 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 4.11
Hasil Uji Glejser
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.422	.966		1.473	.144
	Kualitas Pelayan	.118	.071	.495	1.662	.100
	Kualitas Produk	-.071	.051	-.456	-1.404	.164
	Harga	-.009	.045	-.036	-.209	.835

Dependent Variable: ABS_RES

Sumber : Hasil Penelitian (2023)

Berdasarkan hasil pengujian glejser pada variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, harga dan lokasi dapat dilihat pada tabel diatas bahwa nilai signifikansi untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 0,100, variabel kualitas produk dengan nilai signifikansi sebesar 0,164 dan variabel harga nilai signifikansi sebesar 0,835 artinya nilai tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa empat variabel tersebut tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

4.1.6 Analisis Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen X1 (kualitas pelayanan), X2 (kualitas produk), X3 (harga), X4 (lokasi) terhadap variabel dependen Y (kepuasan konsumen).

Tabel 4.12
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8.760	1.506		5.818	.000
Kualitas Pelayanan	-.178	.111	-.325	-1.606	.112
Kualitas Produk	.277	.079	.774	3.507	.001
Harga	.181	.070	.302	2.570	.012

ependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Hasil Penelitian (2023)

Dari hasil analisis regresi linear berganda pada tabel diatas menunjukkan nilai koefisien dalam persamaan regresi linear berganda. Nilai persamaan yang dipakai adalah nilai yang berada pada kolom B (Koefisien). Standart persamaan regresi linear berganda dapat diperoleh hasil sebagai berikut:

$$Y = 8.760 + -0,178 X1 + 0,277 X2 + 0,181 X3 + 0,05$$

Dari hasil anailsis regresi linear berganda yang diperoleh hasil bahwa variabel kualitas pelayanan (X1), variabel kualitas produk (X2) dan harga (X3) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) secara linear. Berdasarkan data diatas maka pengaruh tersebut terlihat dalam persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

1. Konstanta (a) = 8.760

Konstanta sebesar 8.760 menunjukkan bahwa apabila variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga (0) maka nilai kepuasan pelanggan sebesar 8.760.

2. Koefisien regresi (X1) $\beta_1 = -0,178$

Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar -0,178 menunjukkan bahwa apabila variabel kualitas pelayanan ditingkatkan maka nilai kepuasan pelanggan akan bertambah sebesar -17,8%.

3. Koefisien regresi (X2) $\beta_2 = 0,277$

Koefisien regresi variabel kualitas produk (X_2) sebesar 0,277 menunjukkan bahwa apabila variabel kualitas produk ditingkatkan maka nilai kepuasan pelanggan akan bertambah sebesar 27,7%.

4. Koefisien regresi (X_3) $\beta_3 = 0,181$

Koefisien regresi variabel harga (X_3) sebesar 0,181 menunjukkan bahwa apabila variabel harga tidak ditingkatkan maka nilai kepuasan pelanggan akan bertambah sebesar 18,1%.

4.1.7 Pengujian Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji t)

Menurut Kuncoro (dalam Tutik Pebrianti, 2020:72) mengemukakan bahwa “uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelasan secara individual dalam menerangkan variabel-variabel terikat. Adapun kriteria pengujian secara parsial dengan tingkat level of signifikan $\alpha = 5\%$.

Dalam penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden, dengan $df = n - k$ ($100 - 4 = 96$) sehingga didapatkan nilai t tabel sebesar 1,661. Pedoman yang digunakan yaitu apabila nilai probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka tidak ada pengaruh signifikan atau H_0 diterima dan H_a ditolak dan apabila nilai probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka ada pengaruh signifikan atau H_0 ditolak dan H_a diterima. Dan juga dilakukan dengan menggunakan perbandingan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} . apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka ada pengaruh signifikan atau H_0 ditolak dan H_a diterima, dan apabila nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak ada pengaruh signifikan atau H_0 diterima dan H_a ditolak.

Tabel 4.13
Hasil Signifikansi Pengaruh Uji Parsial (Uji t)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.760		5.818	.000
	Kualitas Pelayanan	-.178	-.325	-1.606	.112
	Kualitas Produk	.277	.774	3.507	.001
	Harga	.181	.302	2.570	.012

Sumber
: Hasil

Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Penelitian (2023)

Hasil dari output uji parsial (uji t) pada tabel diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Uji t pada Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Uji t terhadap Kualitas Pelayanan (X1) didapatkan nilai thitung sebesar -1,606 dengan nilai signifikansi sebesar 0,112. Nilai thitung < ttabel (-1,606 < 1,661) atau signifikansi lebih besar dari 0,05 (0,112 > 0,05). Dengan demikian Ho diterima dan Ha ditolak. Artinya variabel Kualitas Pelayanan (X1) secara parsial mempunyai pengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada PLN Unit Medan Timur.

b. Uji t pada Variabel Kualitas Produk (X2)

Uji t terhadap Kualitas Produk (X2) didapatkan nilai t hitung sebesar 3,507 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001. Nilai thitung > tabel (3,507 > 1,661) atau signifikansi lebih kecil dari 0,05 (0,001 < 0,05). Dengan demikian Ho ditolak dan Ha diterima. Artinya variabel Kualitas Produk (X2) secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada PLN Unit Medan Timur.

c. Uji t pada Variabel Harga (X3)

Uji t terhadap harga (X3) didapatkan nilai t hitung sebesar 2,570 dengan nilai signifikansi sebesar 0,012. Nilai t hitung > t tabel (2,570 > 1,661) atau signifikansi lebih

kecil dari 0,05 ($0,012 < 0,05$). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel harga (X_3) secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada PLN Unit Medan Timur.

Berdasarkan dari output hasil uji t dan uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa :

H1 : ditolak, artinya variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PLN Unit Medan Timur.

H2 : diterima, artinya variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PLN Unit Medan Timur.

H3 : diterima, artinya variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap pelanggan pada PLN Unit Medan Timur.

2. Uji Simultan (Uji F)

Menurut Kuncoro (dalam Tutik Pebrianti, 2020:72) “uji statistik F bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau variabel terikat. F hasil perhitungan ini dibandingkan dengan yang diperoleh dengan menggunakan tingkat resiko atau signifikan level 5% dengan kriteria sebagai berikut :

$$F = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Sumber : Sugiyono

Keterangan :

R^2 : Koefesien Determinasi

k : Jumlah variabel independen (variabel bebas)

n : Jumlah anggota sampel

Dalam penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden, dengan

$$F = 0,537 / 4 = 1$$

$$\frac{= 0,537}{0.537} = 1$$

$$= (1-1) = 0$$

$$= (100-3-1) = 96$$

Sehingga didapatkan nilai F_{tabel} sebesar 2,70.

Pedoman yang digunakan yaitu apabila nilai signifikansi $> 0,05$, maka tidak ada pengaruh signifikan atau H_0 diterima dan H_a ditolak dan apabila nilai signifikansi $< 0,05$, maka ada pengaruh signifikan atau H_0 ditolak dan H_a diterima. Dan juga dilakukan dengan menggunakan perbandingan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} . Apabila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka ada pengaruh signifikan atau H_0 ditolak dan H_a diterima, dan apabila nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka tidak ada pengaruh signifikan atau H_0 diterima dan H_a ditolak.

Tabel 4.14
Hasil Signifikansi Pengaruh Uji Simultan (Uji f)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	334.539	3	111.513	39.327	.000 ^b
	Residual	272.211	96	2.836		
	Total	606.750	99			

ependent Variable: Kepuasan Pelanggan

redictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk

Sumber : Hasil Penelitian (2023)

Dari hasil output pada tabel diatas menunjukkan bahwa hasil $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($39,237 > 2,70$) dan didapatkan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (0,000 $< 0,05$). Dari analisis diatas dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama

(simultan) variabel bebas yang terdiri dari kualitas pelayanan (X1), kualitas produk (X2) dan harga (X3) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) pada PLN Unit Medan Timur.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa :

H4 : diterima, artinya variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) pada PLN Unit Medan Timur.

3. Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali dalam (Awal Faisal Rifai, 2019) menyatakan bahwa koefisien determinasi merupakan ukuran untuk mengetahui kesesuaian atau ketepatan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dalam persamaan suatu regresi. Semakin besar koefisien determinasi semakin baik kemampuan variabel independen dalam menerangkan variabel dependen. Adapun kriteria pengujian Analisis Koefisien Determinasi Berganda yaitu sebagai berikut:

1. Jika nilai *R square* diatas 0,5 maka dapat dikatakan baik.
2. Jika nilai *R square* dibawah 0,5 maka dapat dikatakan kurang baik.

Tabel 4.15
Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.743 ^a	.551	.537	684

redictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk

ependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Hasil Penelitian (2023)

Hasil perhitungan regresi dalam pengujian koefisien determinasi (R^2) pada tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (*adjusted R square*)

diperoleh nilai sebesar 0,884. Hal ini berarti 53,7% kepuasan konsumen yang dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan (X1), kualitas produk (X2) dan harga (X3), sedangkan 46,3% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.2 Pembahasan

Berikut ini ada 4 (bagian) utama yang akan dibahas dalam analisis penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

4.2.1 Pengaruh kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil analisis ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Karena dapat kita lihat data komplain konsumen sebelumnya menyatakan bahwa pelayanan yang diberikan perusahaan tidak baik dan data analisis deskriptif terdapat beberapa responden banyak memilih tidak setuju, Ini menggambarkan bahwa semakin tidak baik kualitas pelayanan perusahaan maka akan semakin rendah pula tingkat kepuasan pelanggan pada PLN Unit Medan Timur dan begitu sebaliknya jika semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan pada PLN Unit Medan Timur.

Dari hasil beberapa indikator pada variabel kualitas pelayanan, PLN Unit Medan Timur harus memperhatikan indikator mana saja yang akan ditingkatkan, beberapa indikator untuk ditingkatkan yaitu empati (*emphaty*).

Pelayanan merupakan faktor pendorong dalam proses pembelian. Keberhasilan pemasaran produk sangat ditentukan oleh baik tidaknya pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan dalam memasarkan produknya.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan salah satu teori. Menurut Kotler dan Amstrong (dalam Yusnita, 2022:118) Kualitas pelayanan adalah keseluruhan

karakteristik atas suatu produk barang atau jasa yang mempengaruhi atas kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan klien yang dinyatakan atau tidak dinyatakan. Hasil penelitian ini juga tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Tutik Pebrianti (2020) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan dari hasil penelitian diatas, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa tidak ada kesesuaian antara hasil penelitian dan teori dengan pendapat dan penelitian terdahulu, yakni kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PLN Unit Medan Timur.

4.2.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil analisis ini menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Karena dapat kita lihat bahwa data kerusakan produk sebelumnya menyatakan bahwa kualitas produk masih kurang baik namun dalam hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk yang diberikan oleh perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan sehingga berdampak kepada tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi dengan hasil kualitas produk yang diberikan. Ini menggambarkan bahwa semakin baik kualitas produk yang diberikan perusahaan kepada konsumen maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan pada PLN Unit Medan Timur.

Dari hasil beberapa indikator pada variabel kualitas produk, perusahaan harus memperhatikan indikator mana saja yang akan dipertahankan dan ditingkatkan, beberapa indikator untuk dipertahankan yaitu indikator kinerja (*performance*), kesesuaian (*comformance*), fitur (*features*), kemampuan pelayanan

(*serviceability*) dan estetika (*asthetic*), dan untuk indikator yang ditingkatkan yaitu daya tahan (*durability*) dan keandalan (*reability*).

Kualitas produk merupakan suatu hal yang penting dalam menentukan pemilihan suatu produk oleh konsumen. Produk yang ditawarkan haruslah suatu produk yang benar-benar teruji dengan baik mengenai kualitasnya. Karena bagi konsumen yang diutamakan adalah kualitas dari produk itu sendiri. Hasil penelitian ini sejalan dengan salah satu teori. Menurut Kotler dan Keller, (dalam Tutik Pebrianti, 2020:66) adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Tutik Pebrianti (2020) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan dari hasil penelitian diatas, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa ada kesesuaian antara hasil penelitian, teori dengan pendapat dan penelitian terdahulu, yakni kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PLN Unit Medan Timur.

4.2.3 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil analisis ini menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Karena dapat kita lihat pada tabel harga sebelumnya bahwa harga mengalami kenaikan namun hasil penelitian menunjukan bahwa kenaikan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dari hasil beberapa indikator pada variabel harga, perusahaan harus memperhatikan indikator mana saja yang akan pertahankan dan ditingkatkan, beberapa indikator untuk pertahankan keterjangkauan harga, daya saing harga dan

kesesuaian harga dengan manfaat dan indikator yang ditingkatkan yaitu kesesuaian harga dengan kualitas produk.

Harga tercipta biasanya dari adanya tawar-menawar antara para penjual dengan pembeli, setelah tercipta kesepakatan Harga. Harga merupakan satu-satunya unsur dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan sedangkan unsur yang lainnya, hanya merupakan unsur biaya saja. Hasil penelitian ini sejalan dengan salah satu teori. Menurut Setyo (dalam Irfan Rizqullah, 2018:216), harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan sebuah produk atau jasa yang memiliki manfaat saat konsumen memiliki atau menggunakan produk atau jasa.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hengki Samudra (2019) yang menyatakan bahwa harga mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan dari hasil penelitian diatas, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa ada kesesuaian antara hasil penelitian, teori dan penelitian terdahulu, yang menyatakan harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PLN Unit Medan Timur.

4.2.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kepuasan pelanggan menjadi kunci utama bagi sebuah perusahaan dalam mempertahankan pelanggan. Dengan memberikan pelayanan yang maksimal diharapkan pelanggan akan merasa puas sehingga akhirnya pelanggan akan tetap loyal terhadap perusahaan tersebut. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen tergantung dari kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga dimana kualitas

pelayanan, kualitas produk dan harga merupakan komponen penting bagi kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga. konsumen yang yakin atau memiliki kepercayaan tinggi terhadap kualitas suatu produk, pelayanan yang diberikan baik dan harga yang terjangkau sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Menurut Kotler dan Armstrong (dalam Yusnita, 2022:118) Kualitas pelayanan adalah keseluruhan karakteristik atas suatu produk barang atau jasa yang mempengaruhi atas kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan klien yang dinyatakan atau tidak dinyatakan.

Selain teori, kita juga dapat melihat dari hasil penelitian pada PLN Unit Medan Timur dimana kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen tidak baik sehingga berdampak kepada tingkat kepuasan pelanggan yang rendah. Oleh karena itu kualitas pelayanan sangat lah penting bagi konsumen dimana akan berdampak kepada perusahaan.

Menurut Kotler dan Keller, (dalam Tutik Pebrianti, 2020:66) adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan. Selain kualitas pelayanan, kita juga dapat melihat dari hasil penelitian pada PLN Unit Medan Timur dimana kualitas produk yang diberikan kepada pelanggan baik sehingga berdampak kepada tingkat kepuasan pelanggan. Oleh karena itu kualitas produk juga penting bagi perusahaan dimana akan berdampak kepada kepuasan konsumen.

Menurut Setyo (dalam Irfan Rizqullah, 2018:216). harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan sebuah produk atau jasa yang memiliki manfaat saat konsumen memiliki atau menggunakan produk atau jasa.

Selain kualitas pelayanan dan kualitas produk kita juga dapat melihat dari hasil penelitian pada PLN Unit Medan Timur dimana tarif harga listrik yang diberikan perusahaan terjangkau pelanggan sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu harga sangat lah penting bagi perusahaan dimana akan berdampak kepada tingkat kepuasan pelanggan.