

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KOMERSIAL  
PADA PT PERUSAHAAN GAS NEGARA TBK  
REGIONAL DISTRIBUTION III AREA BATAM**

**SKRIPSI**



**Oleh :  
Fahrurozi  
140410268**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNIK DAN KOMPUTER  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2019**

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KOMERSIAL  
PADA PT PERUSAHAAN GAS NEGARA TBK  
REGIONAL DISTRIBUTION III AREA BATAM**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh  
Fahrurozi  
140410268**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNIK DAN KOMPUTER  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2019**

## SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan :

1. Skripsi adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana,dan/atau magister), baik di Universitas Putera Batam maupun perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Batam, 13 Februari 2019  
Yang membuat pernyataan,



**Fahrurazi**  
NPM 140410268

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KOMERSIAL  
PADA PT PERUSAHAAN GAS NEGARA TBK  
REGIONAL DISTRIBUTION III AREA BATAM**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh  
Fahrurozi  
140410268**

**Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal  
seperti tertera di bawah ini**

**Batam, 13 Februari 2019**



**Nofriani Fajrah, S.T., M.T.  
Pembimbing**

## ABSTRAK

Faktor penentu kepuasan pelanggan diantaranya adalah harga dan kualitas pelayanan. Permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan segmen komersial PT Perusahaan Gas Negara Area Batam. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui adanya pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT Perusahaan Gas Negara Area Batam. Penelitian ini dilakukan di PT Perusahaan Gas Negara Area Batam. Sampel dari penelitian ini adalah pelanggan segmen komersial dengan jumlah responden sebanyak 47 responden. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dan analisis korelasi menggunakan SPSS versi 16.0. Berdasarkan uji korelasi diketahui terdapat hubungan rendah dari harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di buktikan dengan koefisien harga = 0,208 dan kualitas pelayanan = 0,205. Dari uji regresi linear berganda diketahui bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, hal ini dibuktikan dengan koefisien harga = 0,224 dan kualitas pelayanan = 0,047. Uji t dari penelitian terhadap responden dapat dibuktikan bahwa dari perhitungan data diperoleh nilai t hitung < t tabel yang berarti hipotesis ditolak. Hal ini berarti harga dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil dari penelitian ini tidak terdapat hubungan antara harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

**Kata kunci:** Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.

## ABSTRACT

*The determinants of customer satisfaction include the price and quality of service. The problem in this research is whether the price and quality of service affect the customer satisfaction of the commercial segment of the PT Perusahaan Gas Negara Batam. The purpose of this study is to determine the effect of price and service quality on customer satisfaction PT PT Perusahaan Gas Negara Batam. This research was conducted at the PT PT Perusahaan Gas Negara Batam. The sample from this study is a commercial segment customer with 47 respondents. The data collection method used is a questionnaire. The data analysis method used is multiple linear regression analysis and correlation analysis using SPSS version 16.0. Based on the correlation test it is known that there is a low relationship of price and service quality to customer satisfaction as evidenced by the price coefficient = 0.208 and service quality = 0.205. From the multiple linear regression test, it is known that price and service quality have a positive effect on customer satisfaction, this is evidenced by the price coefficient = 0.224 and service quality = 0.047. The t test of the research on respondents can be proven that from the calculation of the data obtained the value of t arithmetic < t table which means the hypothesis is rejected. This means that price and service quality do not affect customer satisfaction. The results of this study do not have a relationship between price and quality of service to customer satisfaction.*

**Keyword:** *Price, Service Quality, Customer Satisfaction.*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Teknik Industri Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Putera Batam; Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI;
2. Ketua Program Studi Teknik Industri Bapak Welly Sugianto, ST., M.M;
3. Ibu Nofriani Fajrah, S.T., M.T. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Teknik Industri Universitas Putera Batam;
4. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam;
5. Istri tercinta Sali Okinawa Surbakti, S.E., S.Pd yang senantiasa mendampingi dan memberikan motivasi
6. Kedua orang tua saya yang senantiasa mendoakan yang terbaik buat saya
7. Kepada Bapak Suharmat PT PGN yang memberikan bantuan dan support kepada saya diawal perkuliahan
8. Kepada Atasan saya Bapak Tonny H Hutagalung ARD PT PGN yang senantiasa memberi dukungan dan semangat;
9. Kepada Atasan saya Bapak Usman Manager Area Batam yang senantiasa memberi dukungan dan semangat;
10. Serta semua yang telah ikut membantu yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufikNya, Amin.

Batam, 13 Februari 2019  
Penulis

Fahrurozi

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>ABSTRAK</b> .....	iii
<b>ABSTRACT</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	2
1.3. Batasan Masalah .....	3
1.4. Rumusan Masalah .....	3
1.5. Tujuan Penelitian .....	3
1.6. Manfaat Penelitian .....	4
1.6.1. Manfaat Teoritis.....	4
1.6.2. Manfaat Praktis .....	4
2.1. Teori Dasar .....	5
2.1.1 Kepuasan Pelanggan .....	5
2.1.2. Harga .....	6
2.1.3. Kualitas Pelayanan.....	8
2.2. Penelitian Terdahulu .....	11
2.3. Kerangka Pemikiran.....	15
2.4. Hipotesis .....	15
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	16
3.1. Desain Penelitian .....	16
3.2. Operasional Variabel.....	17

3.3. Populasi dan Sampel .....	17
3.3.1. Populasi .....	17
3.3.2. Sampel .....	17
3.4. Teknik Pengumpulan Data .....	17
3.5. Metode Analisis Data .....	19
3.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	22
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>23</b>
4.1. Hasil Penelitian .....	23
4.1.1. Gambaran Umum PT PGN Tbk RD III Area Batam .....	23
4.1.2. Karakteristik Responden .....	24
4.2. Pengujian Data .....	27
4.2.1. Uji Validitas .....	27
4.2.2. Uji Reliabilitas .....	27
4.2.3. Uji Normalitas.....	29
4.2.4. Uji Keseragaman Data.....	30
4.3. Analisis Data.....	34
4.3.1. Analisis Korelasi Ganda .....	34
4.3.2. Analisis Regresi Linier Berganda .....	36
4.3.3. Uji Hipotesis .....	40
4.4. Pembahasan .....	43
4.4.1. Analisis Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	43
4.4.2. Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	43
4.4.3. Hipotesis harga terhadap kepuasan pelanggan .....	44
4.4.4. Hipotesis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan .....	44
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>47</b>
5.1. Kesimpulan .....	47
5.2. Saran.....	47
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>49</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>51</b>

- Lampiran 1. Pendukung Penelitian
- Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
<b>Gambar 2.1</b> Kerangka Pemikiran .....	15
<b>Gambar 3.1</b> Desain Penelitian .....	16
<b>Gambar 4.1</b> BKA dan BKB Uji Keseragaman Data Harga .....	31
<b>Gambar 4.2</b> BKA dan BKB Uji Keseragaman Data Kualitas Pelayanan .....	32
<b>Gambar 4.3</b> BKA dan BKB Uji Keseragaman Data Kepuasan Pelanggan.....	33

## DAFTAR TABEL

	Halaman
<b>Tabel 3. 1</b> Skala Likert, Sumber : Sugiyono (2013:93) .....	18
<b>Tabel 3. 2</b> Jadwal Penelitian .....	22
<b>Tabel 4. 1</b> Jumlah dan Persentase Responden Menurut Pemakaian .....	25
<b>Tabel 4. 2</b> Jumlah dan Persentase Responden Menurut Tagihan .....	25
<b>Tabel 4. 3</b> Jumlah dan Persentase Responden Menurut Lama Berlangganan .....	26
<b>Tabel 4. 4</b> Tabel Uji Reliabilitas .....	28
<b>Tabel 4. 5</b> Uji Normalitas.....	29
<b>Tabel 4. 6</b> Uji Keseragaman Data.....	30
<b>Tabel 4. 7</b> Interval Koefisien.....	34
<b>Tabel 4. 8</b> <i>Correlations</i> .....	35
<b>Tabel 4. 9</b> <i>coefficients</i> .....	38
<b>Tabel 4. 10</b> Uji Hipotesis .....	41

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Harga merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan. Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan perekonomian konsumen, agar konsumen dapat membeli barang tersebut. Sedangkan bagi konsumen, harga merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian. Karena harga suatu produk mempengaruhi persepsi konsumen mengenai produk tersebut. Cockril dan Goode (2008:368) bahwa persepsi harga merupakan faktor psikologis dari berbagai segi yang mempunyai pengaruh yang penting dalam reaksi pelanggan kepada harga. Selain harga, kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan (Atmawati dan Wahyuddin, 2007:2). Kepuasan diartikan sebagai respon nasabah terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian (atau standar kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk sebagaimana dipersepsikan setelah memakai atau mengkonsumsi produk bersangkutan (Tjiptono, 2008 : 169).

Dalam perkembangannya, PT PGN saat ini bukan satu-satunya perusahaan yang menangani bidang distribusi dan perniagaan gas bumi. Kebijakan pemerintah terkait dengan pemanfaatan gas bumi dan peningkatan kebutuhan gas bumi dalam negeri, memunculkan perusahaan-perusahaan baru yang bersaing dalam industri gas bumi di Indonesia. Dengan banyaknya perusahaan serupa, PT PGN harus lebih meningkatkan kualitas agar pelanggan tidak beralih ke perusahaan lain.

Meningkatkan kualitas pelayanan untuk kepuasan konsumen merupakan langkah awal keberhasilan perusahaan dimasa mendatang, dengan kata lain setiap perusahaan untuk dapat berkembang dan bersaing dengan baik tentunya juga harus secara langsung mengembangkan kualitas pelayanan. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti bermaksud melakukan penelitian tentang **“PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KOMERSIAL PADA PT PERUSAHAAN GAS NEGARA TBK REGIONAL DISTRIBUTION III AREA BATAM”**

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yaitu pelanggan PT PGN Area Batam masih rendah sehingga PT PGN Area Batam harus melakukan evaluasi mengenai kepuasan pelanggan yang ada saat ini agar dapat meningkatkan pelanggan.

### **1.3. Batasan Masalah**

Dalam penelitian ini dibuat batasan-batasan untuk menghindari permasalahan yang terlalu luas dan supaya hasil penelitian yang didapatkan sesuai dengan tujuan. Adapun batasan masalah pada penelitian ini :

1. Objek penelitian hanya pada harga, dan kualitas pelayanan pada PT PGN Area Batam
2. Data penelitian hanya dari Pelanggan Komersial PT PGN Area Batam.
3. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif.

### **1.4. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka permasalahan pokok yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

Apakah terdapat pengaruh faktor harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT PGN Area Batam ?

### **1.5. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh faktor harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan segmen komersial PT PGN Area Batam.

## **1.6. Manfaat Penelitian**

### **1.6.1. Manfaat Teoritis**

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan untuk penelitian-penelitian selanjutnya terkait dengan kepuasan pelanggan.
2. Menambah wawasan serta pengetahuan penulis dalam hal kualitas pelayanan pada umumnya dan tentang perilaku konsumen pada khususnya.

### **1.6.2. Manfaat Praktis**

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Objek Penelitian  
Data penelitian ini dapat sebagai masukan dan bahan evaluasi kepada pihak perusahaan dalam menentukan kebijakan yang berkaitan dengan topik penelitian yaitu pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan serta dapat dijadikan bahan pertimbangan di masa yang akan datang.
2. Bagi Universitas Putera Batam.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Teori Dasar**

##### **2.1.1 Kepuasan Pelanggan**

Menurut Tjiptono dan Chandra (2011:292) “Kepuasan diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai”.

Kepuasan diartikan sebagai respon nasabah terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian (atau standar kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk sebagaimana dipersepsikan setelah memakai atau mengkonsumsi produk bersangkutan (Tjiptono, 2008 : 169).

Kesimpulan yang dapat diambil dari definisi-definisi di atas adalah bahwa pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dengan hasil dari kinerja yang dirasakan. Kepuasan pelanggan inilah yang menjadi dasar menuju terwujudnya pelanggan yang loyal atau setia.

Jadi kepuasan pelanggan pada dasarnya mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan oleh pelanggan. Kepuasan pelanggan ini sangat penting diperhatikan oleh perusahaan sebab berkaitan langsung dengan keberhasilan pemasaran dan penjualan produk perusahaan. Dengan demikian kunci keberhasilan perusahaan

sebenarnya sangat tergantung kepada suksesnya perusahaan dalam memuaskan kebutuhan pelanggannya.

Telah banyak dilakukan riset untuk menentukan kepuasan pelanggan, walaupun ini bukanlah suatu pekerjaan mudah, namun perusahaan harus melaksanakannya agar pelanggan selalu merasa puas atas pelayanan yang diberikan.

Menurut Hasan (2009:68) cara yang paling sederhana untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah langsung menanyakan kepada pelanggan seberapa puas mereka dengan produk atau pelayanan spesifik tertentu. Kepuasan pelanggan diukur secara behavioral dengan jalan menanyakan apakah pelanggan akan berbelanja atau menggunakan pelayanan perusahaan lagi.

### **2.1.2. Harga**

Harga adalah jumlah uang yang dibebankan atas produk / jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk / jasa tersebut (Kotler & Armstrong, 2008:439). Sedangkan menurut Saladin (2011: 159) mengemukakan harga adalah komponen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan sedangkan yang lainnya tidak menghasilkan pendapatan.

Berdasarkan definisi-definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh suatu manfaat atas barang atau jasa baik yang bisa dimiliki maupun digunakan fungsinya karena dimata konsumen harga merupakan atribut penting yang dievaluasi yang merangkap dengan nilai sosial non

keuangan yang harus dikorbankan dan bagi perusahaan peran harga dapat membentuk sikap konsumen.

Menurut Lupiyoadi (2013: 138) tujuan penetapan harga adalah sebagai berikut.

- a. Bertahan, tujuan penentuan harga perusahaan yang dilakukan untuk bertahandemi kelangsungan hidup perusahaan.
- b. Memaksimalkan laba, memaksimalkan laba dalam periode tertentu
- c. Prestise yaitu untuk memposisikan jasa perusahaan sebagai jasa eksklusif.
- d. ROI (*Return On Investment*) tujuan penentuan harga didasarkan atas pencapaian tingkat pengembalian investasi yang diinginkan.

Menurut hukum permintaan (Rizky 2012) harga dan biaya tidak dapat dipisahkan karena keduanya saling mempengaruhi, biaya produksi tinggi maka harga jual juga suatu produk juga tinggi dan sebaliknya. Harga dipengaruhi oleh permintaan dan ketersediaan bahan apabila ketersediaan bahan sedikit dan permintaan melambung naik maka harga jual produk naik apabila ketersediaan berlebih dan permintaan turun maka harga turun.

Dimensi dari harga menurut Kotler dan Keller (2012: 410) terbagi menjadi beberapa bagian yaitu:

- a. Keterjangkauan harga
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas
- c. Kesesuaian harga dengan manfaat
- d. Daya saing harga

### **2.1.3. Kualitas Pelayanan**

Seperti yang diketahui bahwa kualitas pelayanan dapat digunakan sebagai salah satu alat untuk mencapai keunggulan bersaing dan menentukan keberhasilan serta kualitas perusahaan. Semakin baik pelayanan yang diberikan dimata pelanggan berarti semakin tinggi pula tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan yang dicapai dan begitu pula sebaliknya. “Kualitas layanan bisa diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan” (Tjiptono, 2012: 157).

Hal ini berarti ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu pelayanan yang diharapkan (*expected service*) dan pelayanan yang dipersepsikan (*perceived service*). Bila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas dapat dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika kualitas pelayanan yang diterima melebihi harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas jasa yang ideal, akan tetapi bila kualitas pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka

kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Jadi penilaian pelanggan mengenai kualitas pelayanan sangat bergantung pada kemampuan penyedia (Tjiptono 2005)

Tjiptono (2012: 174) menjelaskan bahwa Parasuraman sebagai salah satu tokoh pionir dalam pengukuran kualitas pelayanan mencetuskan SERVQUAL (*Service Quality*). Servqual ini dibuat untuk mengukur kualitas pelayanan dengan menggunakan suatu kuesioner. Teknik servqual dapat mengetahui seberapa besar jarak harapan pelanggan dengan ekspektasi pelanggan terhadap pelayanan yang di terima. Servqual memiliki 5 unsur, diantaranya adalah:

- a. Bukti langsung (*tangibles*) meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
- b. Keandalan (*reliability*) yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
- c. Daya tanggap (*responsibility*) yaitu keinginan para staff dan karyawan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
- d. Jaminan (*assurances*) mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, kemampuan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staff, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
- e. Empati (*emphaty*): meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Dalam penelitian ini untuk mengevaluasi kepuasan pelanggan digunakan factor kualitas pelayanan yang terdiri dari 5 dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti langsung (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsibility*), jaminan (*assurances*) dan empati (*emphaty*).

Faktor penentu tingkat kualitas pelayanan adalah faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya keadaan tidak terpenuhinya harapan kualitas pelayanan dari sisi pelanggan, yang sering dinyatakan sebagai model kualitas pelayanan. Terjadinya kesenjangan ini disebabkan oleh kegagalan pihak penyedia jasa dalam penyampaian pelayanan atau jasa secaramenyeluruh sesuai dengan dimensi kualitas pelayanan. Lima kesenjangan (Kotler, 2002 :498) adalah sebagai berikut :

- a. Kesenjangan antara harapan konsumen dengan persepsi manajemen. Manajemen tidak selalu memahami secara tepat apa yang diinginkan pelanggan. Akibatnya manajemen tidak mengetahui bagaimana suatu jasa didesain dan jasa pendukung apa saja yang digunakan pelanggan.
- b. Kesenjangan antara persepsi manajemen dan spesifikasi kualitas jasa. Manajemen mungkin memahami secara tepat keinginan pelanggan tetapi tidak menetapkan suatu set standar kinerja spesifik. Hal ini disebabkan karena tidak adanya komitmen total manajemen terhadap kualitas jasa.

- c. Kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa. Para petugas mungkin kurang terlatih, tidak mampu atau tidak mau memenuhi standar. Atau mereka dihadapkan pada standar yang berlawanan seperti menyediakan waktu untuk mendengarkan pelanggan dan melayani mereka dengan cepat.
- d. Kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal. Harapan konsumen dipengaruhi oleh pernyataan para petugas perusahaan dan iklan perusahaan. Terjadinya ketidakpuasan antara janji yang ditawarkan penyedia jasa yang telah dikomunikasikan pada konsumen sehingga terjadi perspektif negatif terhadap kualitas jasa yang dipersepsikan.
- e. Kesenjangan ini terjadi apabila terdapat perbedaan persepsi antara jasa yang dirasakan dan jasa yang diharapkan oleh pelanggan. Jika keduanya terbukti sama maka perusahaan akan memperoleh dampak positif. Namun, bila yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka kesenjangan ini akan menimbulkan permasalahan bagi perusahaan.

## **2.2. Penelitian Terdahulu**

Berdasarkan beberapa penelitian sebelumnya yang ada hubungannya dengan variabel kualitas pelayanan, kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

Penelitian yang dilakukan Panjaitan (2016), dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE cabang Bandung”.

Tujuan dari penelitian untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan kepuasan pelanggan baik secara bersama-sama ataupun sebahagian pada JNE Cabang Bandung. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik analisa yang digunakan adalah teknik analisa deskriptif dan dengan menggunakan regresi berganda. Hasil dari penelitian ini bahwa kualitas layanan (X) yang terdiri dari kehandalan, kepastian, kenyataan, empati, dan daya tanggap, memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai (nilai p)  $0.003 < 0.05$ . Sebagian hasil uji menunjukkan bahwa hanya variabel empati yang memiliki sebagian pengaruh dalam kepuasan pelanggan dengan jumlah variabel yang signifikan (nilai p) berjumlah  $0.021 < 0.05$ .

Penelitian yang dilakukan Bandu (2013), dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. PLN (Persero) Rayon Makassar Barat”. Tujuan dari penelitian untuk mengetahui dan menganalisa seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan yang menggunakan jasa PT. PLN (Persero) Rayon Makassar Timur. Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode observasi, wawancara, kuesioner, dan studi kepustakaan dengan menggunakan skala likert dan metode penentuan sampel yang digunakan adalah aksidental sampling sebanyak 100 sampel. Metode analisis yang digunakan adalah metode regresi linear berganda (*multi linear regression*). Hasil penelitian dari lima variabel yang memengaruhi kepuasan pelanggan PT. PLN (Persero) Rayon Makassar Barat, variabel yang paling dominan adalah variabel *Reliability*

(Kehandalan) berdasarkan hasil uji t. Pada tabel 5.18 Variabel *Realibility* (Kehandalan) mempunyai nilai thitung (5,155) > ttabel (1,986) paling besar dibandingkan dengan variabel lainnya, dengan signifikan yang disyaratkan.

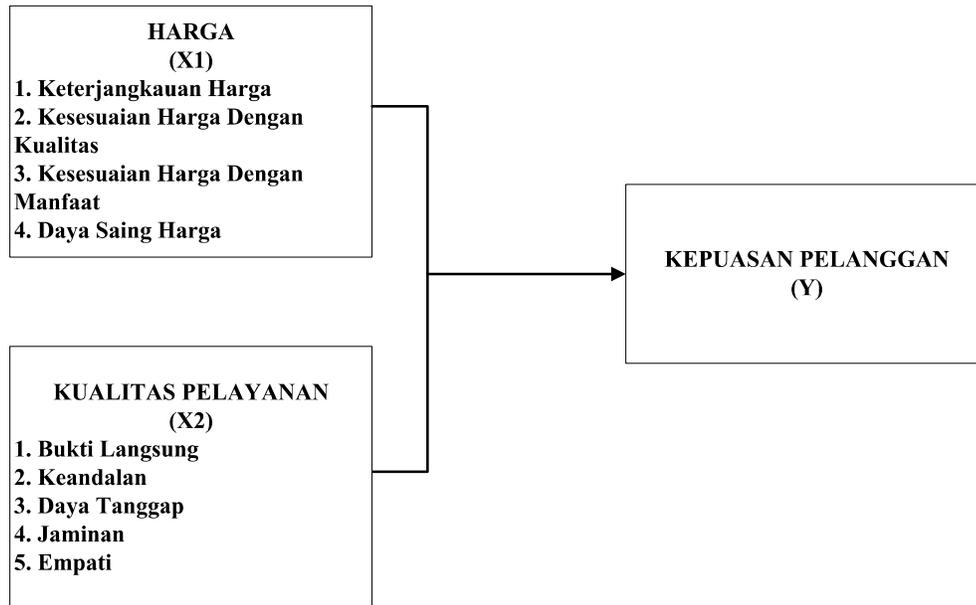
Penelitian yang dilakukan Ndikubwimana dan Berndt (2016), dengan judul “Service Quality and Customer Satisfaction among Bank Clients in Rwanda”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelidikikepuasan pelanggan perbankan di Rwanda sehubungan dengan layanan keuangan yang diterima. Metode yang digunakan adalah penelitian kuantitaif dengan menggunakan kuesioner SERVPERF dan Skala Likert. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lingkungan fisik dan fasilitas bank kondusif memberikan layanan yang baik, dan pelanggan puas dengan aspek Tangible yang terkait layanan dan bahwa mereka siap untuk mencerminkan kepuasan ini dalam perilaku mereka. Penelitian ini diharapkan dapat diaplikasikan di masa depan.

Penelitian yang dilakukan Kisworo (2013) dengan judul “Exploring Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty in the Taiwan Mobile Telecommunication”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki hubungan antara kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan di pasar industri telekomunikasi Taiwan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, instrumen yang digunakan adalah SERVQUAL, kuesioner. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi kualitas layanan seperti Tangibles, responsiveness, jaminan dan empati memiliki pengaruh yang signifikan terhadapkepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan itu sendiri memiliki efek

positif yang signifikan pada loyalitas pelanggan di industri telekomunikasi Taiwan.

Penelitian yang dilakukan Ali dan Raza (2015), dengan judul “Service quality perception and customer satisfaction in Islamic banks of Pakistan: the modified SERVQUAL model”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan di antara pelanggan bank syariah Pakistan. Penelitian ini menggunakan model SERVQUAL, data dianalisis secara statistik melalui analisis faktor eksplorasi yang diikuti dengan analisis faktor konfirmatori (CFA) dan pemodelan persamaan struktural (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa skala kualitas layanan multidimensi adalah positif dan secara signifikan terkait dengan skala kepuasan pelanggan unidimensional. Selain itu, dimensi kepatuhan model SERVQUAL membuktikan pentingnya dengan menunjukkan faktor kontribusi tertinggi dalam model keseluruhan.

### 2.3. Kerangka Pemikiran



**Gambar 2. 1** Kerangka Pemikiran

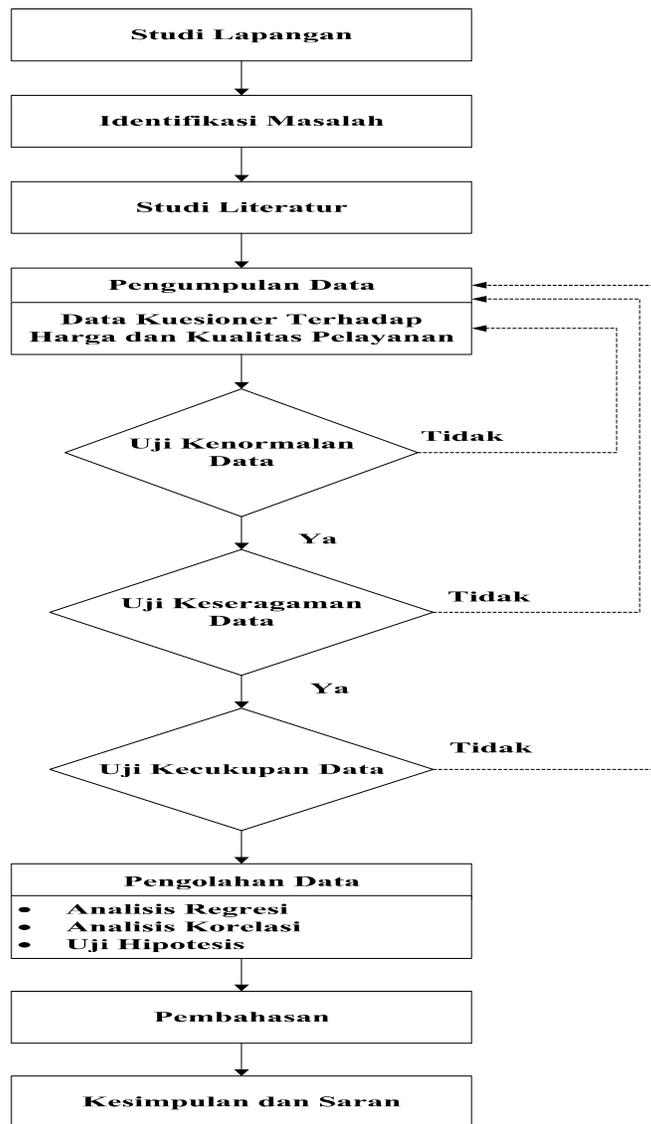
### 2.4. Hipotesis

H1 : Terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan

H2 : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

**BAB III**  
**METODE PENELITIAN**

**3.1. Desain Penelitian**



**Gambar 3. 1** Desain Penelitian

### **3.2. Operasional Variabel**

Variabel dalam penelitian ini meliputi dua variabel independent yaitu harga sebagai ( $X_1$ ), kualitas pelayanan sebagai ( $X_2$ ), sedangkan kepuasan pelanggan sebagai variabel dependent ( $Y$ ).

### **3.3. Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1. Populasi**

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan disegmen komersial PT PGN Area Batam.

#### **3.3.2. Sampel**

Berdasarkan penelitian ini karena jumlah populasi tidak lebih besar dari 100 responden, maka di ambil 100% jumlah populasi yang ada pada pelanggan disegmen komersial PT PGN Area Batam yaitu sebanyak 47 responden. Dengan demikian penggunaan seluruh populasi tanpa harus menarik sampel penelitian sebagai unit observasi disebut sebagai teknik sampel jenuh.

### **3.4. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data adalah cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data dan keterangan-keterangan lainnya dalam penelitian terhadap masalah yang menjadi objek penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer

Pengumpulan data primer dilakukan dengan melakukan survey langsung ke pelanggan komersial PT PGN Area Batam. Kuesioner yang berupa pernyataan disebarakan kepada responden sesuai dengan permasalahan yang diteliti untuk memperoleh data yang berupa pernyataan responden.

Skala yang umum digunakan dalam kuesioner untuk mengukur pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah dengan menggunakan skala *Likert*. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *Likert* mempunyai gradasi yang positif. Terdapat lima kategori pembobotan dalam skala *Likert* sebagai berikut :

**Tabel 3. 1** Skala Likert, Sumber : Sugiyono (2013:93)

Skala	Keterangan	Pernyataan Positif
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Kurang Setuju	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

## 2. Data Sekunder

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data pelanggan, data pemakaian, dan data-data yang dibutuhkan untuk penelitian ini, yang di dapat dari PT PGN Area Batam.

### 3.5. Metode Analisis Data

Metode analisa data merupakan suatu langkah yang paling menentukan dari suatu penelitian, karena analisa data berfungsi untuk menyimpulkan hasil penelitian. Analisis data dapat dilakukan melalui tahap berikut ini :

#### 1. Pengumpulan data

Data yang dikumpulkan adalah data primer dan data sekunder, data primer diperoleh dengan melakukan survey ke pelanggan segmen komersial PT PGN Area Batam, data ini diperoleh melalui kuesioner dengan menggunakan skala *Likert*. Data sekunder yaitu data pelanggan yang diperoleh dari PT PGN Area Batam.

#### 2. Mengelompokkan data

Mengelompokkan data berdasarkan jenis usaha, lama berlangganan, pemakaian produk, dan tagihan.

#### 3. Menyajikan dan mentabulasi data

- a. Menyajikan dalam bentuk tabel data nilai jawaban responden mengenai variabel harga ( $X_1$ ).
- b. Menyajikan dalam bentuk tabel data nilai jawaban responden mengenai variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ).

#### 4. Menguji data

##### a. Uji kenormalan data

Tujuan uji kenormalan data adalah untuk menguji apakah variabel independen, variabel dependen mempunyai distribusi normal atau tidak. Dalam uji normalitas data ini, variabel yang akan diuji adalah variabel harga terhadap variabel kepuasan pelanggan dan variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

##### b. Uji keseragaman data

Untuk memastikan bahwa data yang terkumpul berasal dari sistem yang sama.

##### c. Uji Validitas

Uji ini berfungsi untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner.

##### d. Uji Realibilitas

Suatu kuesioner dianggap reliabel apabila jawaban dari pertanyaannya konsisten.

#### 5. Pengolahan data

Pengolahan data yaitu manipulasi data ke bentuk yang lebih informative atau berupa informasi. Informasi merupakan hasil dari kegiatan pengolahan data dalam bentuk tertentu yang lebih berarti dari suatu kegiatan.

##### a. Analisis regresi

Analisis ini dilakukan untuk menentukan hubungan sebab-akibat antara variabel harga ( $X_1$ ) dengan variabel Kepuasan pelanggan

(Y) dan hubungan sebab-akibat antara variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) dengan variabel kepuasan pelanggan (Y).

b. Analisis korelasi

Analisis ini dilakukan untuk mengukur kekuatan hubungan 2 variabel yaitu variabel harga dan kepuasan pelanggan dan variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, variabel ini juga untuk dapat mengetahui bentuk hubungan antara 2 variabel tersebut dengan hasil yang sifatnya kuantitatif.

6. Uji hipotesis

Uji ini dilakukan untuk menguji kebenaran suatu pernyataan secara statistik dan menarik kesimpulan apakah menerima atau menolak pernyataan tersebut.

Berdasarkan pengertian diatas maka dibuatlah hipotesis :

H1 : Terdapat pengaruh signifikan harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

H2 : Tidak terdapat pengaruh signifikan harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

### 3.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian

Penelitian dilakukan di Pelanggan Segmen Komersial PT PGN Area Batam yang berlokasi di kota Batam. Adapun waktu dilakukan penelitian ini bulan November 2018 hingga Januari 2019.

**Tabel 3. 2** Jadwal Penelitian

No	Tanggal	Keterangan
1	1 November 2018	Pengajuan Izin Penelitian
2	1 – 7 November 2018	Pembuatan Kuesioner
3	15 – 30 November 2018	Penyebaran Kuesioner
4	5 – 10 Desember 2018	Scoring Hasil Penelitian
5	10 – 20 Desember 2018	Analisis Data
6	1 – 15 Januari 2019	Menyusun Hasil Laporan Penelitian