

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Islam menganjurkan kepada setiap manusia untuk berusaha agar ia mendapatkan rezeki guna memenuhi kebutuhan hidupnya. Islam juga menganjurkan kepada manusia bahwa Allah Maha Pemurah sehingga rezekinya sangat luas. Bahkan Allah swt. tidak memberikan rezeki itu kepada kaum muslimin saja tetapi kepada siapa saja yang berkerja keras.

Dalam pandangan Islam, manusia mempunyai kebebasan untuk mengambil semua tindakan yang diperlukan untuk memperoleh kemashlahatan yang tinggi dari sumber daya yang ada.<sup>1</sup> Setiap manusia bebas melakukan aktivitas ekonomi apa saja, selama aktifitas ekonomi yang dilakukan bukan aktifitas ekonomi yang dilarang dalam kerangka yang islami.<sup>2</sup>

Dalam ekonomi ada dua jenis produk yang dapat diperjualbelikan dua hal itu adalah barang dan jasa. Barang adalah jenis produk yang diperjualbelikan yang mempunyai bentuk fisik yang dapat dirasakan oleh panca indera atau mempunyai bentuk (*tangible*). Adapun hal berkaitan dengan jasa adalah Pelayanan.

---

<sup>1</sup>Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) UII Yogyakarta, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Perkasa, 2008), h. 68

<sup>2</sup>M. Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Ekonomi Islam*, (Solo: Era Adicitra Intermedia, 2011), h. 31

Pelayanan adalah menolong, menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain.<sup>3</sup> Atau dengan makna lain adalah menyediakan sesuatu yang dibutuhkan orang lain yang dalam bentuk yang tidak berwujud (*intangible*). Pelayanan dapat diberikan oleh perorangan ataupun dalam bentuk lembaga seperti perusahaan.

Pada era globalisasi saat ini, menuntut organisasi ataupun perusahaan untuk senantiasa meningkatkan pelayanan secara profesional sesuai dengan bidangnya masing-masing. Mengingat besarnya peranan inovasi bagi setiap organisasi publik dan swasta dalam era global membawa dampak dalam setiap pelayanan yang diberikan kepada masyarakat, sehingga dapat mempengaruhi tingkat kualitas pelayanan. Begitu pula halnya dengan PT. Perusahaan Listrik Negara (PLN), haruslah bisa membuat inovasi baru. Apalagi PT. PLN bertugas menyediakan tenaga listrik bagi kepentingan umum yang kebutuhannya meningkat setiap tahunnya. Industri di Indonesia semakin berkembang, sehingga membutuhkan tenaga listrik yang lebih banyak. Oleh karena itu, diperlukan adanya peningkatan inovasi untuk menarik pelanggan baru dan memperluas hubungan pelanggan.

Listrik sebagai sumber kehidupan masyarakat, mempunyai fungsi sebagai penerang dan energi dalam mengembangkan segala bentuk usaha dan aktivitas sehari-hari. Tidak dapat dipungkiri bahwa listrik memang sangat dibutuhkan masyarakat.

---

<sup>3</sup> Pusat Bahasa departemen pendidikan nasional, *Kamus besar bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2010), Ed. III, cet. Ke-7, h. 865

Dalam konsep Islam mengajarkan bahwa kita sebagai umat Islam harus berbuat baik kepada sesama manusia. Hal ini tampak dalam dalam al-Quran surat an-Nisā' ayat 36, yang menyatakan bahwa:

﴿ وَأَعْبُدُوا اللَّهَ وَلَا تُشْرِكُوا بِهِ شَيْئًا ۚ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَبِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَالْجَارِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَالْجَارِ الْجُنُبِ وَالصَّاحِبِ بِالْجَنبِ وَابْنِ السَّبِيلِ وَمَا مَلَكَتْ أَيْمَانُكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ مَن كَانَ مُخْتَالًا فَخُورًا ﴿٣٦﴾

Artinya: “Sembahlah Allah dan janganlah kamu mempersekutukan-Nya dengan sesuatupun. Dan berbuat baiklah kepada dua orang ibu bapak, karib kerabat, anak yatim, orang-orang miskin, tetangga yang dekat dan tetangga yang jauh, teman sejawat, ibnu sabil, dan hamba sahaya. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong dan membangga-banggakan diri.” (QS. An-Nisā’: 36)

Dari ayat diatas mengajarkan kita untuk berbuat baik kepada sesama manusia dengan tidak melihat pangkat, keturunan, ataupun hartanya. Dapat juga disamakan dengan berbuat baik dalam pelayanan yang diberikan. Begitu pula sudah seharusnya unit pelayanan listik PT. PLN (Persero) memberikan pelayanan yang baik kepada konsumennya.

Di Indonesia sendiri PT. Perusahaan Listrik Negara (PLN) sudah lama ada dan berkembang untuk memenuhi kebutuhan rakyat akan energi listrik. PT. PLN (Persero) di Indonesia memiliki dua program unggulan yaitu listrik Pascabayar dan listrik Prabayar (listrik pintar). Kedua program tersebut dapat dinikmati oleh masyarakat di seluruh Indonesia termasuk di Banjarmasin.

Sejak diluncurkan pada tahun 2008, Listrik Pintar atau yang lebih dikenal dengan sebutan listrik Prabayar merupakan salah satu pilihan masyarakat dalam kemudahan pengelolaan pemakaian listrik mereka. Listrik

Prabayar merupakan cara membeli listrik di mana pelanggan membayar terlebih dahulu baru kemudian dapat menikmati aliran listrik. Berupa *voucher* isi ulang yang tersedia di ribuan loket-loket yang tersebar di seluruh Indonesia, *voucher* Listrik Prabayar diharapkan mampu menjangkau masyarakat yang lebih luas. Layanan Listrik Prabayar ini menggunakan alat khusus yang berbeda dengan layanan Listrik Pascabayar. Alat khusus ini dinamakan kWh Meter (Meteran Listrik) Prabayar, atau lebih dikenal sebagai Meter Pra Bayar (MPB).<sup>4</sup>

Dengan listrik pintar, setiap pelanggan bisa mengendalikan sendiri penggunaan listriknya sesuai dengan kebutuhan dan kemampuannya. Seperti halnya pulsa isi ulang pada telepon seluler, maka pada sistem listrik pintar, pelanggan juga terlebih dahulu membeli pulsa (*Voucher/token* listrik isi ulang) yang terdiri dari 20 digit nomor yang bisa diperoleh melalui gerai ATM (*Automatic Teller Machine*) sejumlah bank atau melalui loket-loket pembayaran tagihan listrik *online*. Lalu, 20 digit nomor *token* tadi dimasukkan ke dalam kWh Meter khusus yang disebut dengan Meter Prabayar (MPB) dengan bantuan *keypad* (Papan ketik) yang sudah tersedia di MPB. Nantinya, lewat layar yang ada di MPB akan tersajikan sejumlah informasi penting yang langsung bisa diketahui dan dibaca oleh pelanggan terkait dengan penggunaan listriknya seperti:

1. Informasi jumlah energi listrik (kWh) yang dimasukkan.
2. Jumlah energi listrik (kWh) yang sudah terpakai selama ini.

---

<sup>4</sup><http://www.pln.co.id/?p=47> diakses tanggal 13 desember 2013 jam 19.35 wita

3. Jumlah energi listrik yang sedang terpakai saat ini (*real time*).
4. Jumlah energi yang masih tersisa.<sup>5</sup>

Jika energi listrik yang tersimpan di MPB sudah hampir habis, maka MPB akan memberikan sinyal awal agar segera dilakukan pengisian ulang. Dengan demikian, pelanggan secara *real time*, setiap saat, kapan saja dapat mengetahui secara persis penggunaan listrik di rumah.<sup>6</sup>

PT. PLN yang saat ini menjadi satu-satunya perusahaan milik negara yang menyuplai aliran listrik ke pelosok negeri ini dituntut untuk dapat memenuhi kebutuhan masyarakat akan aliran listrik. Dalam menciptakan kepuasan pelanggan, pelayanan yang diberikan haruslah berkualitas. Sehingga PT. PLN haruslah selalu memperbaiki dan mengembangkan kualitas pelayanannya. Pelayanan yang baik dari para karyawan sangat diharapkan oleh para pelanggannya agar para pelanggan tersebut merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut.

Apabila pelayanan dari para karyawan di perusahaan ini sudah baik dan memuaskan, maka pelanggan akan merasa puas dan senang terhadap pelayanannya begitu pula sebaliknya. Kepuasan merupakan suatu tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan harapannya. Apabila kinerja sesuai dengan harapannya, maka orang itu akan merasa puas, sedangkan apabila tidak sesuai maka orang itu akan merasa kecewa.

---

<sup>5</sup>*Ibid.*

<sup>6</sup>*Ibid.*

Dalam menciptakan kepuasan pelanggan diperlukan tata cara penilaian untuk menentukan kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan. Menurut Kotler, ada lima dimensi dalam menganalisis kualitas jasa yaitu:

1. *Tangible* (penampilan/bukti fisik).
2. *Reliability* (keadilan).
3. *Responsiveness* (daya tanggap).
4. *Assurance* (jaminan/keyakinan).
5. *Empathy* (kepedulian/empati).<sup>7</sup>

Dalam meningkatkan kualitas pelayanannya PT. PLN pasti ingin memberikan yang terbaik kepada pelanggannya agar merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan kepada pelanggannya agar sesuai dengan harapan para pelanggan.

Namun harapan itu masih belum tercapai karena masih ada keluhan dari pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Seperti yang dialami oleh seorang pelanggan berinisial bapak A, beliau mengeluhkan pihak PT. PLN yang tidak menepati janji pada saat bapak A ingin melakukan penambahan daya dirumahnya, pihak PT. PLN berjanji kira-kira 3 hari lagi akan datang, ternyata setelah ditunggu beberapa minggu belum ada pihak PLN yang datang kerumahnya.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup>Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Prenhalindo, 1997), h. 3

<sup>8</sup>Hasil wawancara penulis dengan salah seorang pelanggan pada 20 Februari 2014

Setiap pelanggan pasti mempunyai tanggapan yang berbeda-beda mengenai kualitas pelayanan sehingga menarik untuk diteliti. Tanggapan dari pelanggan merupakan bahan masukan guna meningkatkan kualitas pelayanan.

Oleh karena itu peneliti merasa tertarik untuk meneliti seberapa besar pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan listrik di Banjarmasin. Dengan mengangkat judul: “Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Listrik PT. PLN (Persero) di Banjarmasin”

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan yang akan diteliti dirumuskan sebagai berikut:

1. Seberapa besar pengaruh pelayanan dari kelima dimensi kualitas (*Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance* dan *Emphaty*) terhadap kepuasan pelanggan listrik PT. PLN (Persero) di Banjarmasin?
2. Dari kelima dimensi kualitas (*Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance* dan *Emphaty*). Dimensi manakah yang paling dominan dalam menentukan kepuasan pelanggan?
3. Bagaimanakah pandangan Ekonomi Islam tentang pelayanan terhadap kepuasan pelanggan listrik PT. PLN di Banjarmasin?

### C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pelayanan dari kelima dimensi kualitas pelayanan (*Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance* dan *Emphaty* terhadap kepuasan pelanggan listrik PT. PLN (Persero) di Banjarmasin
2. Untuk mengetahui dimensi manakah yang paling dominan di antara kelima dimensi kualitas (*Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance* dan *Emphaty* terhadap kepuasan pelanggan.
3. Untuk mengetahui bagaimana pandangan Ekonomi Islam tentang pelayanan terhadap kepuasan pelanggan listrik PT. PLN di Banjarmasin.

### D. Signifikansi Penulisan

Adapun hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi:

1. Aspek teoritis (keilmuan), dapat menambah wawasan dan pengetahuan seputar permasalahan yang diteliti, baik bagi penulis maupun pihak lain yang ingin mengetahui secara mendalam tentang permasalahan tersebut.
2. Aspek praktis (guna laksana), menjadi bahan informasi bagi pihak-pihak yang berkepentingan, baik yang ingin melakukan penelitian yang lebih kritis dan mendalam mengenai pelanggan listrik dari sudut pandang yang berbeda.

3. Sebagai bahan informasi dan perbandingan bagi peneliti selanjutnya dalam permasalahan serupa untuk mengadakan penelitian yang lebih mendalam.
4. Untuk menambah khazanah pengembangan keilmuan pada keputakaan IAIN Antasari Banjarmasin dan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam.

### **E. Definisi Operasional**

Agar lebih terarahnya penelitian ini dan menghindari terjadinya kesalahan dalam memahami tujuan atau maksud dari judul penelitian ini, maka dapat diberikan penjelasan sebagai berikut:

1. Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang.<sup>9</sup> Pengaruh yang dimaksud penulis disini adalah pengaruh yang ditimbulkan oleh pelayanan yang diberikan oleh PT. PLN (Persero) kepada konsumen.
2. Pelayanan adalah menolong, menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain (tamu, pembeli, dsb).<sup>10</sup> Pelayanan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pelayanan yang di berikan PT. PLN (Persero) dalam melayani pelanggan melalui dimensi kualitas pelayanan (*Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Emphaty*)

---

<sup>9</sup>Pusat Bahasa departemen pendidikan nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai pustaka, 2010), Ed. III, cet. Ke-7, h. 865

<sup>10</sup>*Ibid.*, h. 674

3. Kepuasan adalah merasa senang (lega, kenyang, dsb) karena sudah merasai secukup-cukupnya atau sudah terpenuhi segala hasrat hatinya.<sup>11</sup> Kepuasan yang dimaksud penulis disini adalah perasaan senang, lega, dsb. yang dirasakan atau didapatkan oleh pelanggan listrik PT. PLN (Persero).
4. Pelanggan atau konsumen adalah pengguna, pemakai, penikmat, pemakan (bahan atau hasil olahan makanan atau yang lainnya).<sup>12</sup> Pelanggan disini adalah para pengguna listrik PT. PLN (Persero) di Banjarmasin.

#### **F. Hipotesis Awal**

Hipotesis adalah jawaban sementara tentang rumusan masalah penelitian yang belum dibuktikan kebenarannya.<sup>13</sup> Hipotesis tersebut akan ditolak jika salah dan akan diterima jika fakta-fakta membenarkan. Hipotesis pada umumnya dinyatakan dalam bentuk hipotesis penelitian (*research hypothesis*) yang menggunakan simbol  $H_a$  dan hipotesis nul (*null hypothesis*) menggunakan simbol  $H_o$ .<sup>14</sup>

Oleh karena itu, penulis akan mengajukan beberapa hipotesis berdasarkan perumusan masalah dan tujuan penelitian yaitu:

1.  $H_a$  : Ada pengaruh signifikan dari dimensi pelayanan (*responsiveness, reliability, assurance, empathy, dan tangibles*) secara simultan

---

<sup>11</sup>*Ibid.*, h. 913

<sup>12</sup>*Ibid.*, h. 612

<sup>13</sup>Duwi Priyatno, *Buku Pintar Statistik Komputer*, (Yogyakarta: Mediakom, 2011), h. 9

<sup>14</sup>Ronny Kountur, *Metode Penelitian Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*, (Jakarta: Penerbit PPM, 2007), h. 90

terhadap kepuasan pelanggan yang diberikan oleh PT. PLN (Persero) Banjarmasin.

Ho : Tidak Ada pengaruh signifikan dari dimensi pelayanan (*responsiveness, reliability, assurance, empathy, dan tangibles*) secara simultan terhadap kepuasan pelanggan yang diberikan oleh PT. PLN (Persero) Banjarmasin.

2. Ha : Ada pengaruh signifikan dari dimensi pelayanan (*responsiveness, reliability, assurance, empathy, dan tangibles*) secara parsial terhadap kepuasan pelanggan yang diberikan oleh PT. PLN (Persero) Banjarmasin.

Ho : Tidak ada pengaruh signifikan dari dimensi pelayanan (*responsiveness, reliability, assurance, empathy, dan tangibles*) secara simultan terhadap kepuasan pelanggan yang diberikan oleh PT. PLN (Persero) Banjarmasin.

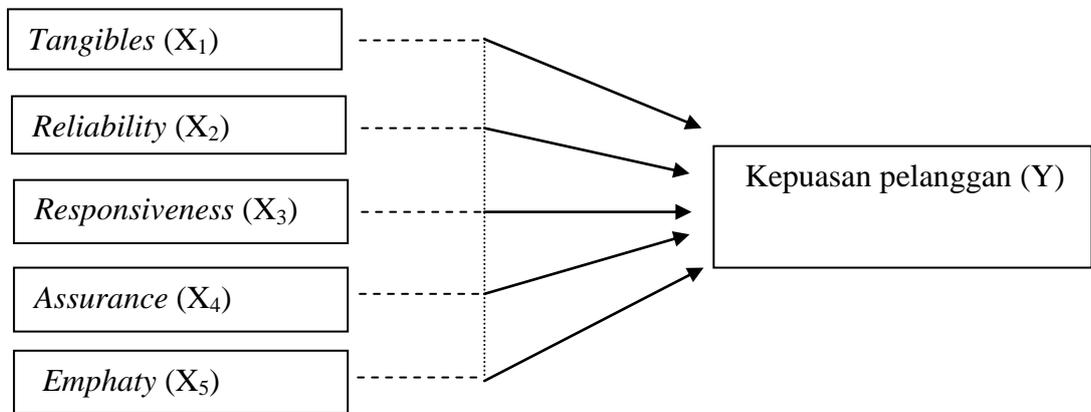
3. Ha : Diduga Pelayanan yang diberikan PT. PLN (Persero) Banjarmasin sudah sesuai dengan prinsip Ekonomi Islam

Ho : Diduga pelayanan yang diberikan PT. PLN (Persero) Banjarmasin belum sesuai dengan prinsip Ekonomi Islam

## **G. Kerangka Pemikiran**

Dalam kerangka pemikiran, penulis menggambarkan hubungan secara sistematis antara *variable x* dan *variable y*, yakni kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan listrik PT. PLN (Persero) Banjarmasin.

Gambar 1.1  
Kerangka Pemikiran<sup>15</sup>



Sumber: Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, 1997

Ket :

----- : garis yang berpengaruh secara simultan (uji f) kualitas pelayanan (*responsiveness, reliability, assurance, emphaty, dan tangibles*) terhadap kepuasan konsumen.

——— : garis yang berpengaruh secara parsial (uji t) kualitas pelayanan (*responsiveness, reliability, assurance, emphaty, dan tangibles*) terhadap kepuasan konsumen

## H. Kajian Pustaka

Berdasarkan penelitian yang dilakukan penulis terhadap beberapa penelitian terdahulu yang penulis lakukan berkaitan dengan kepuasan pelanggan atau konsumen, penulis menemukan beberapa tulisan yang

<sup>15</sup>Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Prenhalindo, 1997), h. 3

membahas tentang kepuasan pelanggan. Penelitian yang dimaksud dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1.1  
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti, judul, tahun penelitian	Rumusan masalah	Metode penelitian, objek penelitian	Hasil penelitian
1	Sainah, <i>Persepsi Mahasiswa IAIN Antasari Terhadap Kualitas pelayanan pada bank kalsel kedai syariah IAIN Antasari Banjarmasin</i> , 2011	Mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa fakultas tarbiyah jurusan PAI angkatan 2008/2009 dan 2009/2010 terhadap kualitas pelayanan pada bank kalsel kedai syariah IAIN Antasari Banjarmasin	Kuantitatif, mahasiswa jurusan PAI IAIN Antasari Banjarmasin angkatan 2008/2009 dan 2009/2010	Dimensi jaminan adalah dimensi yang paling dominan terhadap kepuasan nasabah jika dibandingkan dengan dimensi lain
2	M. Rafi'i Sanjani,, <i>Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Pada Jasa Penginapan (Guest House Pendidikan) IAIN Antasari Banjarmasin</i> , 2012	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bagaimana gambaran kualitas pelayanan dari segi <i>tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy?</i></li> <li>2. Bagaimana kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada jasa penginapan (<i>guest house</i> pendidikan) IAIN Antasari Banjarmasin</li> <li>3. Bagaimanan tinjauan ekonomi islam mengenai kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayan pada jasa penginapan (<i>guest</i></li> </ol>	Kualitatif, Konsumen penginapan <i>guest house</i> pendidikan IAIN Antasari Banjarmasin	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Secara keseluruhan <i>tangibles</i> merupakan dimensi yang mempengaruhi kepuasan konsumen</li> <li>2. Hasil mayoritas pelayanan sudah dianggap baik oleh konsumen</li> <li>3. Menurut ekonomi islam, kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada jasa penginapan <i>guest house</i> tidak lepas dari pelayanan prima yang diberikan dan pemenuhan janji oleh pengelola dan karyawan kepada konsumen</li> </ol>

		<i>house pendidikan)?</i>		
3	Elis faridah, <i>Kepuasan Konsumen Terhadap Warung Soto Ayam Suroboyo Cak Hari</i> , 2010	1. Mengetahui gambaran kepuasan konsumen 2. Mengetahui faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen 3. Mengetahui tinjauan ekonomi islam terhadap warung soto ayam suroboyo cak hari	Kualitatif, konsumen warung soto ayam suroboyo cak hari	1. 75% konsumen merasa puas dengan warung makan soto ayam suroboyo cak hari 2. Faktor yang mempengaruhi adalah: (a) pengaruh lokasi warung soto ayam, (b) pengaruh fasilitas parker, (c) pengaruh suasana saat makan, (d) pengaruh tampilan dan tata ruang warung
4	Rini rizkimah, <i>Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum Kota Banjarmasin</i> , 2011	1. Bagaimana pengaruh kelima variabel yang terdiri dari <i>responsiveness, reliability, assurance emphaty, dan tangibles</i> berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap kepuasan pelanggan 2. Variabel mana yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan	Kuantitatif, pelanggan air minum daerah Banjarmasin	1. Berdasarkan uji f (simultan) kelima variabel berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan air minum daerah banjarmasin 2. Uji t (parsial) menunjukkan ada dua variabel yang berpengaruh yaitu <i>assurance</i> dan <i>emphaty</i>
5	Noor latifah, <i>Pengaruh Kualitas Produk Pashmina Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Komunitas Hijabi Banjarmasin</i> ,	1. Mengetahui variabel kualitas produk pashmina yang meliputi bentuk, daya tahan, keandalan, mudah diperbaiki, gaya yang berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap kepuasan konsumen	Kuantitatif, anggota komunitas hijabi Banjarmasin	1. Variabel kualitas produk mempunyai pengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pashmina 2. Variabel daya tahan mempunyai pengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pashmina

2013			
------	--	--	--

Sumber: Sainah (2011), M. Rafi'i Sanjani (2012), Elis Faridah (2010), Rini Rizkimah (2011), Noor Latifah (2013)

Adapun yang membedakan pada penelitian ini dengan penelitian di atas adalah yang menjadi subjek penelitian adalah pelanggan listrik PT. PLN Banjarmasin, baik pelanggan yang menggunakan Listrik Prabayar ataupun Listrik Pascabayar. sedangkan objek penelitian ini adalah pelayanan yang diberikan oleh PT. PLN Banjarmasin. Adapun variabel yang diteliti ada lima yaitu, *tangibles, responsiveness, empathy, assurance, dan reliabilities*. Pada penelitian ini terdapat perbedaan pada kuesioner pengumpulan data variabel kepuasan (Y) dengan penelitian sebelumnya. Pada penelitian yang disebutkan diatas pengumpulan data variabel kepuasan (Y) langsung didapat melalui pertanyaan pada kuesioner, sedangkan pada penelitian ini pengumpulan data variabel kepuasan (Y) didapatkan dengan cara mengurangi skor dari variabel bebas Kinerja ( $X_1, X_2, X_3, X_4$  dan  $X_5$ ) dengan variabel bebas harapan ( $X_1, X_2, X_3, X_4$  dan  $X_5$ ) sehingga didapatkan skor variabel Y. untuk lebih jelasnya bisa dilihat pada instrumen kuesioner dan tabulasi skor penelitian.

## I. Sistematika Penulisan

Penyusunan skripsi ini terdiri dari 5 bab, dengan sistematika sebagai berikut:

Bab I merupakan pendahuluan yang berisi latar belakang yang memaparkan alasan penulis untuk meneliti masalah ini yang kemudian dituangkan kedalam sebuah skripsi, kemudian untuk memberikan informasi

tentang masalah mendasar yang akan dibahas maka dibuatlah rumusan masalah. Adapun hasil yang ingin dicapai dalam penulisan skripsi ini kemudian dituangkan dalam tujuan penelitian, setelah itu untuk memberikan penjelasan tentang pengertian yang terkandung dalam judul penelitian dibuatlah definisi operasional.

Di dalam bab ini juga dibuat signifikansi penelitian yang berguna untuk memaparkan tentang kegunaan skripsi ini baik secara teori maupun praktik, dan untuk memaparkan secara sistematis, logis dan terarah tentang bagian-bagian dan sub-sub bagian atau komponen-komponen materi (substansi bahasan) yang disusun secara naratif dibuatlah sistematika penulisan.

Bab II merupakan landasan teori yang menerangkan, menguraikan, dan menginformasikan sebagai elemen teori sehingga membentuk suatu format pikiran teoritis yang utuh, logis, kritis dan sistematis.

Bab III merupakan metode penelitian, yang berisi jenis, sifat, lokasi penelitian, objek penelitian dan subjek penelitian, populasi dan sampel yang menjadi sumber informasi tentang data-data yang digali, setelah itu maka data dan sumber data yang berisi tentang data-data apa saja yang diperlukan dan siapa-siapa saja yang menjadi sumber datanya, untuk proses bagaimana data itu dikumpulkan kemudian dituangkan dalam teknik pengumpulan dan pengolahan data, setelah data terkumpul kemudian data tersebut dianalisis yang proses analisisnya dituangkan dalam teknik analisis data.

Bab IV merupakan laporan hasil penelitian dan analisis data yang terdiri atas gambaran umum lokasi penelitian, deskripsi data yang diperoleh, serta penyajian data dan analisis data.

Bab V adalah penutup, terdiri dari kesimpulan dan saran. Kesimpulan merupakan jawaban terhadap rumusan masalah yang telah dinyatakan dalam bab pendahuluan, dan merupakan hasil pemecahan terhadap apa saja yang dipermasalahkan dalam skripsi. Saran dibuat sebagai solusi terhadap permasalahan dalam hasil penelitian, yang bersumber pada temuan penelitian, pembahasan dan simpulan hasil penelitian.