



Postgraduate Bosowa University Publishing (PBUP)

Indonesian Journal of Business and Management

e-ISSN: 2460-3767 p-ISSN: 2656-6885

<https://postgraduate.universitaspbosowa.ac.id/index.php/jbm>



PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN PADA PT PLN (PERSERO) ULP MATTIROTASI

The Effect of Customer Satisfaction and Service Quality on Company Performance at PT PLN (Persero) ULP Mattirotasi

Rifda Basri^{1*}, Miah Said², Muh. Kafrawi Yunus²

¹PT PLN (Persero) ULP Mattirotasi

²Program Studi Manajemen, Program Pascasarjana, Universitas Bosowa

*Email: rifdhakhos53@gmail.com

Diterima: 22 Agustus 2024/Disetujui: 30 Desember 2024

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan terhadap kinerja perusahaan pada PT PLN (Persero) ULP Mattirotasi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan jenis korelasional. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan PT PLN (Persero) ULP Mattirotasi di Kota Parepare, Sulawesi Selatan, yang berjumlah 60.111 pelanggan per 30 April 2024. Sampel penelitian ini sebanyak 100 pelanggan yang dipilih menggunakan teknik stratified random sampling untuk memastikan representasi yang seimbang dari berbagai jenis pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan secara signifikan mempengaruhi kinerja perusahaan. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang lebih kuat dibandingkan dengan kepuasan pelanggan. Koefisien regresi untuk kualitas pelayanan adalah 0.798 dengan nilai t sebesar 12.037 dan nilai signifikansi <0.001, sedangkan koefisien regresi untuk kepuasan pelanggan adalah 0.192 dengan nilai t sebesar 2.848 dan nilai signifikansi 0.005. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan faktor kunci dalam meningkatkan kinerja perusahaan. Penelitian ini memberikan rekomendasi bagi PT PLN (Persero) ULP Mattirotasi untuk fokus pada peningkatan kedua aspek ini guna mencapai kinerja yang optimal dan mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Kinerja Perusahaan, PLN, ULP Mattirotasi

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of customer satisfaction and service quality on company performance at PT PLN (Persero) ULP Mattirotasi. The research method used is a quantitative method with a correlation type. The population in this study is all customers of PT PLN (Persero) ULP Mattirotasi in Parepare City, South Sulawesi, which totals 60,111 customers as of April 30, 2024. The sample of this study is 100 customers who are selected using stratified random sampling techniques to ensure a balanced representation of various types of customers. The results of the study show that customer satisfaction and service quality significantly affect the company's performance. Service quality has a stronger influence compared to customer satisfaction. The regression coefficient for service quality was 0.798 with a t-value of 12,037 and a significance value of <0.001, while the regression coefficient for customer satisfaction was 0.192 with a t-value of 2,848 and a significance value of 0.005. Thus, it can be concluded that improving service quality and customer satisfaction are key factors in improving company performance. This study provides recommendations for PT PLN (Persero) ULP Mattirotasi to focus on improving these two aspects to achieve optimal performance and maintain good relationships with customers.

Keywords: Customer Satisfaction, Service Quality, Company Performance, Influence, PLN, ULP Mattirotasi



This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

1. PENDAHULUAN

Listrik merupakan salah satu kebutuhan utama dalam kehidupan sehari-hari. Hampir semua aktivitas yang kita lakukan bergantung pada keberadaan listrik (SARDI, S., & Baso, 2022). PT PLN (Persero) adalah perusahaan listrik milik negara di Indonesia yang memainkan peran penting dalam menyediakan listrik kepada masyarakat dan melaksanakan tugas pemerintah di sektor listrik. Sebagai pemain utama dalam rantai nilai energi, PT PLN (Persero) terlibat dalam pembangkit listrik, transmisi, distribusi, dan penjualan listrik. Dalam rumah tangga, listrik digunakan untuk menerangi ruangan, menghidupkan peralatan elektronik seperti televisi, kulkas, dan mesin cuci, serta mengisi daya perangkat elektronik seperti handphone dan laptop. Di tempat kerja, listrik menjadi sumber energi untuk mengoperasikan peralatan dan mesin produksi. Selain itu, sektor transportasi juga sangat bergantung pada listrik, seperti dalam pengoperasian kereta api, bis listrik, dan mobil listrik. Tidak hanya untuk kebutuhan sehari-hari, listrik juga memiliki peran penting dalam sektor industri dan pertanian (Gunawan Nachrawi, 2021). Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa listrik adalah kebutuhan esensial yang mendukung berbagai aspek kehidupan modern. Jika terjadi permasalahan atau permintaan tentang pelayanan tentang kelistrikan, PT PLN (Persero) sebagai penyedia jasa akan menangani permintaan oleh pelanggannya tersebut.

Di Sulawesi Selatan, termasuk Kota Parepare, mengalami pertumbuhan ekonomi pesat yang didorong oleh meningkatnya kebutuhan akan energi. Permintaan listrik dari industri, sektor komersial, dan masyarakat umum terus meningkat. PT PLN (Persero) UP3 Parepare ULP Mattirotasi merupakan salah satu unit garis depan yang wilayah kerjanya melayani Kota Parepare. Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2009 tentang ketenagalistrikan yang menjelaskan bahwa, PT PLN (Persero) merupakan perusahaan yang bertanggung jawab dalam kelistrikan yang ada di Indonesia, sehingga PT PLN (Persero) harus siap melayani permintaan pelayanan oleh pelanggan seperti tambah daya, pasang baru, penanganan gangguan listrik, dan sebagainya (Indonesia, 2009). Dalam konteks ini, PT PLN (Persero) ULP Mattirotasi memiliki tanggung jawab penting dalam menyediakan pasokan listrik yang memadai untuk memenuhi kebutuhan energi yang terus bertambah. Sebagai penyedia layanan listrik utama di wilayah tersebut, PT PLN (Persero) ULP Mattirotasi memiliki peran strategis dalam mendukung aktivitas ekonomi dan kehidupan sehari-hari masyarakat. Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan menjadi faktor kunci dalam mempertahankan hubungan yang baik antara perusahaan dan konsumen, yang pada gilirannya berdampak pada kinerja perusahaan dan pemenuhan kebutuhan energi yang berkelanjutan.

Sebagai penyedia layanan listrik utama, PT PLN (Persero) ULP Mattirotasi memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung aktivitas ekonomi dan kehidupan sehari-hari masyarakat di Kota Parepare. Perusahaan ini tidak hanya bertanggung jawab atas penyediaan pasokan listrik yang stabil, tetapi juga harus memastikan kualitas pelayanan yang optimal serta respons yang cepat terhadap kebutuhan dan keluhan pelanggan. Kemampuan PT PLN (Persero) ULP Mattirotasi

dalam menjalankan tugas ini akan memengaruhi berbagai aspek kehidupan, mulai dari operasional industri hingga kenyamanan rumah tangga. Oleh karena itu, evaluasi terhadap kinerja perusahaan tidak hanya mempertimbangkan aspek teknis, tetapi juga kualitas layanan dan interaksi dengan pelanggan. Dengan demikian, peran PT PLN (Persero) ULP Mattirotasi dalam mendukung pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat di wilayah tersebut menjadi sangat signifikan.

Meskipun memiliki peran yang vital, PT PLN (Persero) ULP Mattirotasi dihadapkan pada berbagai tantangan dalam menjaga kualitas pelayanan. Faktor-faktor tersebut meliputi aspek teknis seperti keandalan pasokan listrik, yang merupakan fondasi utama layanan, serta aspek non-teknis seperti interaksi dengan pelanggan dan kemampuan menangani keluhan dengan cepat dan efektif. Mengatasi tantangan-tantangan ini memerlukan strategi yang holistik dan koordinasi yang baik di semua tingkatan perusahaan untuk memastikan bahwa kebutuhan pelanggan terpenuhi secara optimal dan kepercayaan terhadap layanan PLN tetap terjaga.

Kepuasan pelanggan adalah kunci dalam mempertahankan hubungan yang positif antara perusahaan dan pelanggan. Bagi PT PLN (Persero) ULP Mattirotasi, tingkat kepuasan pelanggan dapat tercermin dalam berbagai indikator, seperti frekuensi keluhan yang minim dan tingkat retensi pelanggan yang tinggi. Kepuasan pelanggan tidak hanya mencerminkan kualitas layanan yang diberikan, tetapi juga kemampuan perusahaan dalam memahami dan memenuhi kebutuhan serta harapan pelanggan.

Keluhan pelanggan bisa menjadi indikator yang penting dalam mengevaluasi kualitas pelayanan. Setiap keluhan yang diajukan oleh pelanggan mencerminkan ketidakpuasan atau ketidaknyamanan tertentu dalam pelayanan yang diberikan. Oleh karena itu, analisis terhadap pengaruh kepuasan pelanggan terhadap kinerja perusahaan menjadi relevan untuk memahami di mana perusahaan perlu melakukan perbaikan. Jumlah kali keluhan yang masuk sepanjang tahun 2023 PT PLN (Persero) ULP Mattirotasi sebanyak 6.354 kali meningkat sebesar -518,70% dibandingkan tahun 2022 sebanyak 1.027 kali (Sumber: Laporan Rekapitulasi Jumlah Kali Keluhan APKT).

Kualitas pelayanan yang baik cenderung berdampak positif pada kinerja perusahaan. Dan ketidakpuasan pelanggan dapat timbul akibat pelayanan yang dianggap kurang berkualitas. Sepanjang tahun 2023, terdapat 5 keluhan pelanggan yang memberikan rating negatif (tidak puas) terhadap pelayanan yang diberikan sehingga menyebabkan kualitas pelayanan PT PLN (Persero) ULP Mattirotasi menurun. Oleh karena itu, perlu dilakukan analisis mengenai hubungan antara kualitas pelayanan yang disediakan oleh PT PLN (Persero) ULP Mattirotasi dengan tingkat kinerja perusahaan.

Kinerja perusahaan merupakan hasil dari berbagai aspek, bukan hanya kesehatan finansialnya, tetapi juga efisiensi operasional dan kualitas layanan yang diberikan. Kinerja yang baik mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan pelanggan, mempertahankan pangsa pasar, dan menjaga reputasi yang baik (Gunawan Nachrawi, 2021). Di PT PLN (Persero) ULP Mattirotasi, kinerja perusahaan tidak

hanya diukur dari keberhasilan finansialnya, tetapi juga dari seberapa baik pasokan listrik terjamin, tingkat kepuasan pelanggan, dan respons perusahaan terhadap kebutuhan dan keluhan pelanggan. Kinerja yang optimal akan menciptakan kepercayaan pelanggan, mengurangi risiko pemutusan hubungan bisnis, dan memperkuat posisi perusahaan di pasar.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan terhadap kinerja perusahaan pada PT PLN (Persero) ULP Mattirotasi.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis korelasional, bertujuan untuk mengukur hubungan antara kepuasan pelanggan (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap kinerja perusahaan (Y) di PT PLN (Persero) ULP Mattirotasi, Parepare, Sulawesi Selatan. Penelitian melibatkan seluruh 60.111 pelanggan, dengan sampel sebesar 100 pelanggan yang dipilih menggunakan teknik stratified random sampling dan rumus Slovin pada tingkat akurasi 90%. Data primer dikumpulkan melalui survei dengan kuesioner yang berisi lima opsi jawaban, sedangkan data sekunder diperoleh dari laporan tahunan dan data keluhan pelanggan. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear untuk memahami hubungan antar variabel, analisis korelasi untuk mengukur kekuatan hubungan, dan analisis statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik data. Data yang digunakan meliputi data kuantitatif dari kuesioner dan data kualitatif yang berasal dari dokumen perusahaan, sejarah, dan struktur organisasi yang memberikan konteks tambahan dalam analisis.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

1) Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Kinerja Perusahaan

Kepuasan pelanggan adalah salah satu indikator penting yang digunakan untuk mengukur kualitas produk atau layanan yang diberikan oleh perusahaan. Kepuasan ini sering kali dijadikan ukuran keberhasilan dalam menjalankan bisnis karena memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. Analisis regresi yang dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan (variabel X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan (variabel Y). Koefisien regresi sebesar 0.192 dengan nilai t sebesar 2.848 dan nilai signifikansi 0.005 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam kepuasan pelanggan akan meningkatkan kinerja perusahaan sebesar 0.192 unit, dengan asumsi variabel lain tetap konstan.

Validitas variabel X1 juga menunjukkan korelasi yang kuat, dengan nilai korelasi antara 0.605 hingga 0.873. Ini berarti bahwa indikator-indikator dalam variabel kepuasan pelanggan secara konsisten mengukur konstruk yang sama. Dalam konteks ini, validitas menunjukkan seberapa baik sebuah alat ukur mengukur apa yang seharusnya diukur. Korelasi yang tinggi menunjukkan bahwa item-item dalam kuesioner kepuasan pelanggan

berkorelasi tinggi satu sama lain, dan ini menguatkan validitas konstruk variabel kepuasan pelanggan.

Selain validitas, uji reliabilitas juga dilakukan untuk memastikan konsistensi internal dari variabel kepuasan pelanggan. Nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.919 menunjukkan bahwa variabel kepuasan pelanggan memiliki konsistensi internal yang sangat baik. Nilai ini jauh di atas batas minimum yang diterima secara umum (0.70), yang berarti bahwa item-item dalam variabel kepuasan pelanggan dapat diandalkan dan konsisten dalam mengukur kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berperan penting dalam meningkatkan kinerja perusahaan. Ini sejalan dengan teori bahwa kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor kunci dalam mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan dan menciptakan loyalitas pelanggan. Ketika pelanggan merasa puas dengan produk atau layanan yang mereka terima, mereka cenderung menjadi pelanggan setia dan merekomendasikan perusahaan kepada orang lain. Ini tidak hanya meningkatkan penjualan dan keuntungan perusahaan tetapi juga meningkatkan citra dan reputasi perusahaan.

Peningkatan kinerja perusahaan yang disebabkan oleh kepuasan pelanggan bisa dilihat dari berbagai aspek seperti peningkatan penjualan, loyalitas pelanggan, dan pengurangan biaya pemasaran karena adanya promosi dari mulut ke mulut yang dilakukan oleh pelanggan yang puas. Dengan demikian, perusahaan perlu terus memantau dan meningkatkan kepuasan pelanggan untuk mencapai kinerja yang optimal. Ini bisa dilakukan melalui berbagai cara seperti meningkatkan kualitas produk atau layanan, memberikan pelayanan yang lebih baik, dan mendengarkan umpan balik dari pelanggan untuk melakukan perbaikan berkelanjutan.

2) Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kinerja Perusahaan

Kualitas pelayanan merupakan salah satu aspek kritis dalam menentukan kinerja perusahaan. Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (variabel X2) memiliki pengaruh yang sangat kuat dan signifikan terhadap kinerja perusahaan (variabel Y). Hasil analisis regresi mengungkapkan bahwa koefisien regresi untuk variabel X2 adalah 0.798 dengan nilai t sebesar 12.037 dan nilai signifikansi <0.001. Artinya, setiap peningkatan satu unit dalam kualitas pelayanan akan meningkatkan kinerja perusahaan sebesar 0.798 unit, dengan asumsi variabel lain tetap konstan. Ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki peran yang sangat signifikan dalam mempengaruhi kinerja perusahaan.

Validitas variabel X2 juga menunjukkan korelasi yang kuat, dengan nilai korelasi antara 0.524 hingga 0.841. Korelasi yang tinggi ini menunjukkan bahwa indikator-indikator dalam variabel kualitas pelayanan secara konsisten mengukur konstruk yang sama. Validitas yang kuat memastikan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini benar-benar mengukur konsep kualitas pelayanan dengan tepat.

Selain validitas, uji reliabilitas juga penting untuk memastikan konsistensi alat ukur. Dalam penelitian ini, nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.908 menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki konsistensi internal yang sangat baik. Nilai ini menunjukkan bahwa item-item dalam kuesioner kualitas pelayanan dapat diandalkan dan konsisten dalam mengukur kualitas pelayanan.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor yang sangat penting dalam menentukan kinerja perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan. Pelanggan yang puas cenderung menjadi loyal dan sering kali merekomendasikan perusahaan kepada orang lain. Ini tidak hanya meningkatkan basis pelanggan tetapi juga memperkuat reputasi perusahaan.

Pengalaman pelanggan yang positif dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, mengurangi tingkat churn, dan meningkatkan retensi pelanggan. Selain itu, pelanggan yang puas cenderung menghabiskan lebih banyak uang dan membeli lebih sering, yang pada akhirnya meningkatkan pendapatan dan profitabilitas perusahaan. Peningkatan kinerja perusahaan bisa dilihat dari berbagai aspek seperti peningkatan penjualan, pengurangan biaya pemasaran, dan peningkatan citra perusahaan di mata publik.

Untuk mencapai kualitas pelayanan yang tinggi, perusahaan perlu fokus pada pelatihan karyawan, peningkatan proses layanan, dan penggunaan teknologi yang dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas layanan. Misalnya, dengan menerapkan sistem CRM (Customer Relationship Management) yang memungkinkan perusahaan untuk melacak dan memahami kebutuhan serta preferensi pelanggan, sehingga dapat memberikan pelayanan yang lebih personal dan memuaskan.

Perusahaan juga harus proaktif dalam menangani keluhan dan masukan dari pelanggan untuk terus memperbaiki kualitas layanan. Respons cepat dan solusi efektif terhadap masalah yang dihadapi pelanggan dapat meningkatkan persepsi positif pelanggan terhadap perusahaan. Secara keseluruhan, kualitas pelayanan yang baik tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga berdampak langsung pada peningkatan kinerja perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan perlu berkomitmen untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan sebagai bagian dari strategi bisnis jangka panjang mereka.

3) Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kinerja Perusahaan

Kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan adalah dua faktor penting yang mempengaruhi kinerja perusahaan. Berdasarkan analisis regresi berganda, ditemukan bahwa baik kepuasan pelanggan (variabel X1) maupun kualitas pelayanan (variabel X2) secara signifikan mempengaruhi kinerja perusahaan (variabel Y). Walaupun kedua variabel ini memiliki pengaruh positif, kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang lebih kuat dibandingkan dengan kepuasan pelanggan. Hal ini ditunjukkan oleh koefisien Beta yang lebih tinggi untuk

kualitas pelayanan (0.774) dibandingkan dengan kepuasan pelanggan (0.183).

Kualitas pelayanan (variabel X2) memiliki koefisien regresi sebesar 0.798 dengan nilai t sebesar 12.037 dan nilai signifikansi < 0.001 . Ini berarti setiap peningkatan satu unit dalam kualitas pelayanan akan meningkatkan kinerja perusahaan sebesar 0.798 unit, dengan asumsi variabel lain tetap konstan. Sebaliknya, kepuasan pelanggan (variabel X1) memiliki koefisien regresi sebesar 0.192 dengan nilai t sebesar 2.848 dan nilai signifikansi 0.005, yang berarti setiap peningkatan satu unit dalam kepuasan pelanggan akan meningkatkan kinerja perusahaan sebesar 0.192 unit.

Korelasi antar variabel dalam kelompok X1, X2, dan Y menunjukkan hubungan yang signifikan secara statistik, dengan nilai p-value < 0.01 . Hal ini mengindikasikan bahwa perubahan dalam kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan cenderung diikuti oleh perubahan dalam kinerja perusahaan. Korelasi yang kuat antara variabel-variabel ini menunjukkan bahwa mereka saling mempengaruhi dan berkontribusi secara bersama-sama dalam menentukan kinerja perusahaan.

Berdasarkan dari analisis ini diketahui bahwa kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan adalah dua faktor yang saling terkait dan sama-sama penting dalam meningkatkan kinerja perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya akan meningkatkan kinerja perusahaan. Oleh karena itu, PT PLN (Persero) ULP Mattirotasi harus fokus pada peningkatan kedua aspek ini untuk mencapai kinerja yang optimal dan mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan.

Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, perusahaan harus memastikan bahwa pelanggan merasa dihargai dan mendapatkan layanan yang sesuai dengan harapan mereka. Ini bisa dicapai melalui berbagai cara, seperti memberikan pelayanan yang cepat dan efisien, menanggapi keluhan pelanggan dengan baik, dan memastikan bahwa produk atau layanan yang ditawarkan berkualitas tinggi.

Di sisi lain, untuk meningkatkan kualitas pelayanan, perusahaan harus fokus pada pelatihan dan pengembangan karyawan, serta memastikan bahwa proses bisnis yang ada mendukung pemberian layanan yang berkualitas. Menggunakan teknologi yang tepat juga bisa membantu dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Misalnya, sistem CRM dapat membantu perusahaan untuk lebih memahami kebutuhan pelanggan dan memberikan layanan yang lebih personal. Secara keseluruhan, peningkatan kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan tidak hanya akan meningkatkan kinerja perusahaan tetapi juga memperkuat hubungan dengan pelanggan, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan pada akhirnya mendukung pertumbuhan jangka panjang perusahaan. Oleh karena itu, penting bagi PT PLN (Persero) ULP Mattirotasi untuk terus berinvestasi dalam kedua aspek ini sebagai bagian dari strategi bisnis mereka.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja perusahaan. Kepuasan pelanggan menunjukkan pengaruh positif dengan koefisien regresi sebesar 0.192 dan nilai signifikansi 0.005, sementara kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang lebih kuat dengan koefisien regresi sebesar 0.798 dan nilai signifikansi <0.001. Kedua variabel ini secara bersama-sama berkontribusi dalam meningkatkan kinerja perusahaan, di mana kualitas pelayanan memiliki pengaruh dominan. Korelasi yang kuat antar variabel menunjukkan bahwa peningkatan dalam kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan cenderung diikuti oleh peningkatan kinerja perusahaan. Oleh karena itu, untuk mencapai kinerja yang optimal, PT PLN (Persero) ULP Mattirotasi harus fokus pada strategi peningkatan kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan. Peningkatan ini tidak hanya akan meningkatkan kinerja perusahaan, tetapi juga memperkuat hubungan dengan pelanggan, meningkatkan loyalitas, dan mendukung pertumbuhan jangka panjang perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian, beberapa saran untuk PT PLN (Persero) ULP Mattirotasi meliputi peningkatan kualitas pelayanan melalui evaluasi dan pelatihan staf, integrasi teknologi seperti aplikasi mobile, serta rutin mengumpulkan dan menganalisis umpan balik pelanggan. Selain itu, personalisasi layanan sesuai kebutuhan pelanggan, monitoring dan evaluasi kinerja pelayanan menggunakan KPI, dan meningkatkan komunikasi melalui berbagai saluran dapat membantu meningkatkan kinerja perusahaan, kepuasan, dan loyalitas pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Mukhid. (2021). Metodologi penelitian Pendekatan Kuantitatif. Jakad Media Publishing.
- Akbar, Muhammad Jundhi, Muhlis Ruslan dan Muh. Kafrawi Yunus. (2023). Pengaruh Human Capital Terhadap Kinerja Organisasi Pada Perusahaan PDAM Kota Makassar. *Journal of Economy Business Development*, 1(3), 143-148.
- Arikunto, S. (2006). Metodologi penelitian. Yogyakarta: Bina Aksara.
- Burhany, D. I., Novianty, I., Suwondo, S., Akuntansi, J., & Bandung, P. N. (2021). Pengukuran Kinerja Lingkungan dengan Sustainability Balanced Scorecard: Akuntansi Dan Keuangan, 9(1), 149–164. <https://doi.org/10.17509/jrak.v9i1.26296>. Copyright
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). Pemasaran Jasa (strategi, mengukur kepuasan dan loyalitas pelanggan). Deepublish.
- Gunawan Nachrawi, S. H. (2021). Bumn Sebagai Usaha Pemerintah Menuju Kesejahteraan Rakyat: Tinjauan Filosofis, Sosiologis, Politis dan Yuridis. CV Cendekia Press.
- Handiyono, M. Y. (2017). Pengaruh brand image terhadap kinerja perusahaan dengan customer loyalty sebagai variabel intervening. *Jurnal Penelitian Teori & Terapan Akuntansi (PETA)*, 2(1), 1–18.
- Harta, M. W. S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Indihome Dari PT. Telkom Indonesia Witel Denpasar (Studi Kasus Pada Konsumen Indihome Kota Denpasar).
- Helmi, T. A. (2018). Hubungan perilaku karyawan terhadap perilaku konsumen (2017). *Jurnal Ekonomi, March*, 1–30.
- Heri Setiawan. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Nilai Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank. *Motivasi*, 2(2), 207–229.
- Indonesia. (2009). Undang-undang Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2009 tentang Ketenagalistrikan. Petromindo. com.
- Kafrawi Yunus, Muhammad. (2019). Pengaruh Teknologi Informasi dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Organisasi Pada PT Bosowa Semen. *Economics Bosowa Journal*, 5 (1).
- Kaihatu, T. S., Daengs, A., & Indrianto, A. T. L. (2015). Manajemen Komplain. Penerbit Andi.
- Koranti, K. (2013). Analisis Pengaruh Faktor Eksternal Dan Internal. *Prosiding Pesat*, 5(1998), 8–9.
- Mansur, D. M. (2023). YUME: Journal of Management Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Mobil Honda Dealer - Pluit. *Journal of Management*, 6(2), 138–151.
- Ni, Sayang, W., Suci, N. M., Made, N., Dwi, A., Ni, M., & Yuliantini, N. (2019). Nilai Yang Dipersepsikan Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya pada Loyalitas Pelanggan Industri Jasa Perbankan di Kota Denpasar. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 7(2), 130–142.
- Purbasari, D. M., & Purnamasari, D. L. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Pembelian Ulang. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 2(202), 43–54.
- Putri, K. S. I. F. A. (2016). Media Ekonomi Dan Manajemen Vol 27. No 1 Januari 2013. *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 27(1), 48–65.
- Rachmi, A. (2017). Pembelian Produk Telkom Speedy Di PT Telekomunikasi. *Jurnal Administrasi Dan Bisnis*, 11(2), 107–114.
- Roslinda Sagala. (2017). Kepuasan Pelanggan Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Jasa Penerbangan Lion Air Pada PT . Vina Tour & Buying decision. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17(2), 205–225.
- Salim Al Idrus. (2019). Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian. Media Nusa Creative (MNC Publishing).
- SARDI, S., & Baso, R. (2022). Aksi Bersama Pemenuhan Kebutuhan Dasar melalui Advokasi Penerangan Listrik di Daerah Pesisir Pulau Barrang Caddi. *Akuntansi Dan Humaniora: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7947, 19–27.

- Sarjono, H. (2014). ServQual dalam pelayanan kelas pada laboratorium manajemen. *Binus Business Review*, 5(1), 404–417.
- Sholihah, E., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Ekonomi, S. (2023). Peran Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Sektor Perbankan. *Jurnal Akuntan Publik*, 1(3), 190–213.
- Suhari, Y., Sri, R., Redjeki, A., & Handoko, T. (2012). Perilaku Konsumen Online (Pengaruh Nilai, Kepuasan, dan Inersia Terhadap Loyalitas). *Dinamik*, 17(1), 46–58.
- Sugiyono. (2017). *Metodelogi Penelitian Bisnis*. Bandung : Penerbit Alfabeta, CV.
- Tjahjaningsih, E. (2013). Pengaruh Citra Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Supermarket Carrefour Di Semarang). *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 28(2), 13–27.
- Tjiptono. 2019. *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Edisi 1. Yogyakarta. Andy.
- Vidananda, N. K. P., & Setiawan, P. Y. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kinerja perusahaan di Larissa Aesth
- Wibowo, A. I., & Mulyono, F. (2009). Dampak Ekspetasi Pelanggan, Persepsi Kualitas, dan Persepsi Nilai terhadap Kepuasan Pelanggan, serta Implikasinya pada Loyalitas Pelanggan. *Bina Ekonomi*, 13.
- Zuriani Ritonga. (2020). *Buku ajar manajemen strategi (teori dan aplikasi)*. Deepublish