

# ANALISIS KUALITAS PELAYANAN YANG BERPENGARUH TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MENGGUNAKAN METODE SERVQUAL DAN MODEL KANO (Studi Kasus: PT. PLN UPJ Semarang Selatan)

Arfan Bakhtiar, Aries Susanty, Fildariani Massay

Program Studi Teknik Industri UNDIP  
Jl. Prof. Sudarto, Tembalang, Semarang.  
Telp 024-7460052  
[arfbakh@yahoo.co.id](mailto:arfbakh@yahoo.co.id)

## Abstrak

Tingginya angka keluhan masyarakat terhadap layanan menuntut PT. PLN (persero) untuk mengevaluasi seperti apa tingkat pelayanan yang sudah diberikan kepada masyarakat. Hal tersebut dilakukan untuk membangun citra yang baik di mata masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada kesenjangan antara layanan yang dipersepsikan oleh pihak manajemen dan harapan pelanggan (*gap 1*), mengetahui apakah ada kesenjangan antara persepsi dan harapan pelanggan (*gap 5*) dan menganalisa penyebab terjadinya kesenjangan tersebut, serta menentukan variabel-variabel yang harus diprioritaskan untuk diperbaiki melalui pengintegrasian Metode *Servqual* dan Model Kano. Hasil penelitian yang dilakukan dengan menggunakan Metode *Servqual* terhadap lima dimensi kualitas jasa yaitu *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy* untuk *gap 1* diketahui bahwa masih terdapat kesenjangan, ditunjukkan dengan nilai *servqual* yang negatif, untuk *gap 5* juga ditemukan masih ada kesenjangan, nilai *gap* terbesar terdapat pada dimensi *Empathy*. Berdasarkan hasil pengintegrasian Metode *Servqual* dan Model Kano diketahui kriteria yang harus diprioritaskan terlebih dahulu adalah kriteria yang termasuk dalam kategori *must-be* yang memiliki nilai *servqual* negatif terbesar, dalam penelitian ini terdapat pada variabel R5 yaitu kondisi KWH meter (perputaran angka sesuai dengan jumlah pemakaian).

**Kata Kunci:** PT. PLN, Kualitas pelayanan, Metode *Servqual*, Model Kano

## Abstract

*High number of public complaints against the service demands has urged PT. PLN (Persero) to evaluate what level of service that has been given to community. Therefore, a well service should be build as good representatives in the eyes of society. This study is to determine whether there is a gap between services that are perceived by the management and customer expectations (Gap 1), determine if there is a gap between perception and customer expectations (gap 5) and analyze the causes of these disparities, and to determine the variables that must be prioritized for improvement through the integration method of SERVQUAL and Kano Model. Results of research conducted using the method of the five SERVQUAL dimensions of service quality are Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance and Empathy for gap 1 note that there are still gaps, indicated by a negative value of reliability and assurance, for the gap 5 is also found there are still gaps, the value gap contained in the largest dimension Empathy. Based on the results of the integration method known SERVQUAL and Kano Model criterion must be prioritized first is the criteria included in the category of must-be who has the biggest negative servqual value, in this study are contained in the R5 variable conditions of KWH meter (turnover number that corresponds with the amount of usage).*

**Keywords:** PT. PLN, Service Quality, *Servqual* Method, Kano Model

## PENDAHULUAN

PT. PLN (Persero) adalah suatu perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan jasa listrik di Indonesia.

Tingginya angka keluhan masyarakat terhadap layanan PT. PLN (Persero) menuntut PT. PLN (Persero) untuk kembali melihat seperti apa tingkat

pelayanan yang sudah diberikan kepada masyarakat dan juga perlu mengetahui posisinya dimata pelanggan dalam hal kualitas layanan dan kepuasan konsumen atas layanan yang telah mereka berikan. Hal tersebut dilakukan guna membangun citra yang baik di mata masyarakat, karena jika tidak dilakukan peningkatan kinerja dalam hal kualitas pelayanan maka kepuasan pelanggan akan terus menurun dan jumlah keluhan pelanggan atas kinerja PT. PLN (persero) dalam hal kualitas pelayananpun akan terus meningkat. Disamping itu dengan ditetapkannya UU No.20 tahun 2002 tentang ketenagalistrikan sebagai pengganti UU No.15/1985 yang menyatakan bahwa PT. PLN tidak lagi merupakan satu-satunya penyedia jasa listrik di Indonesia namun akan ada penyedia jasa yang lain. UU ini memberikan dasar baru bagi sektor ketenagalistrikan untuk berkembang dalam kompetisi dunia usaha dengan tuntutan untuk memuaskan konsumen (*customer oriented*). (Fokus Media Komunikasi PLN, 2009). Hal tersebut sedikit banyak membuat PT. PLN harus kembali melihat pelayanan yang sudah diberikan. Salah satu indikator untuk membangun citra yang baik di mata pelanggan adalah melalui pengukuran tingkat kepuasan pelanggan PT. PLN (Persero). Selanjutnya dari hasil pengukuran ini menjadi dasar perbaikan dan penyempurnaan layanan untuk masa yang akan datang guna mencapai kepuasan pelanggan karena kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor keberhasilan bagi setiap perusahaan jasa.

#### **METODE PENELITIAN**

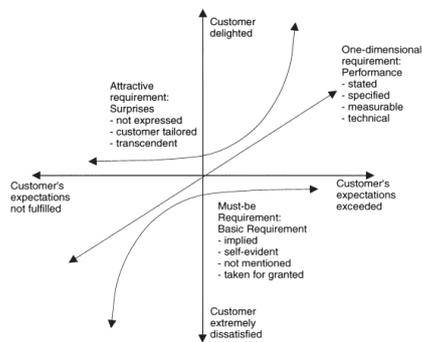
Pengertian kualitas jasa menurut Wyckof dalam Lovelock yang dikutip oleh Tjiptono (2005), adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Apabila jasa yang diterima (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan

pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya, jika jasa yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan buruk.

Menurut Parasuraman, dkk ada lima dimensi dalam kualitas jasa, yaitu: *Tangibles* (bukti fisik) yaitu, tampilan fisik perusahaan yang dapat dilihat secara langsung oleh pihak luar dan berpengaruh terhadap minat untuk mendatangi perusahaan tersebut, *Reliability* (keandalan) yaitu, kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang berkualitas berkaitan dengan *core business* perusahaan, *Responsiveness* (ketanggapan) yaitu keinginan perusahaan melalui para pegawainya untuk membantu, merespon dan memberikan pelayanan yang cepat kepada konsumen, *Assurance* (jaminan) yaitu jaminan perusahaan yang diberikan perusahaan kepada konsumen untuk menumbuhkan rasa percaya konsumen kepada perusahaan. Bentuknya berupa jaminan pengetahuan, kesopanan, kejujuran dan keamanan, *Empathy* (Empati) yaitu perusahaan melalui pegawainya menunjukkan rasa empati kepada konsumen dengan memberikan perhatian yang tulus dan memahami konsumennya (Parasuraman, dkk, 1988).

Model Kano dikembangkan oleh Prof. Noriaki Kano adalah model yang bertujuan untuk mengkategorikan atribut-atribut dari produk ataupun jasa berdasarkan seberapa baik produk atau jasa tersebut mampu memuaskan kebutuhan pelanggan. Di dalam modelnya, Kano membedakan tiga tipe produk yang diinginkan yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, yaitu kategori *Must-be requirements* (atribut dasar) jika kategori ini tidak dipenuhi, maka konsumen akan secara ekstrim tidak puas. Di sisi lain, karena konsumen menganggap kategori ini sudah semestinya, maka pemenuhan kategori ini tidak akan meningkatkan kepuasan konsumen, kategori *One-dimensional requirements* (atribut yang diharapkan), pada kategori ini kepuasan konsumen

proporsial dengan kinerja atribut. Semakin tinggi kinerja atribut, semakin tinggi pula kepuasan konsumen, *Attractive requirements* (atribut yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan) pemenuhan kategori ini akan menyebabkan peningkatan kepuasan konsumen yang sangat tinggi, tetapi jika tidak dipenuhi tidak akan menyebabkan penurunan tingkat kepuasan (Tan dan Pawitra, 2001). Pada gambar 1 menggambarkan hubungan antara kepuasan konsumen dengan kinerja dari produk atau jasa untuk ketiga tipe di atas.



Gambar 1 Kano Diagram

### Pengklasifikasian Kebutuhan Konsumen dalam Kano Kuesioner

Kebutuhan konsumen berdasarkan keempat tipe (*one-*

*dimensial, mus-be, attractive, dan indifferent*) dapat diklasifikasikan dalam bentuk kuesioner. Ada dua macam bentuk pertanyaan dalam kuesioner yaitu pertanyaan fungsional dan pertanyaan disfungsional. Contoh:

1. Pertanyaan fungsional :  
"Kondisi KWH meter (perputaran angka sesuai dengan jumlah pemakaian)"
2. Pertanyaan disfungsional :  
"Kondisi KWH meter (perputaran angka tidak sesuai dengan jumlah pemakaian)"

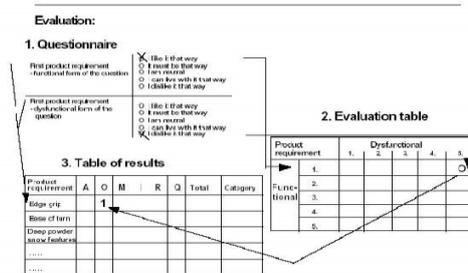
Kedua pertanyaan tersebut kemudian dapat diklasifikasikan menjadi enam kategori, yaitu: A = *Attractive*, M = *Must-be*, O = *One-dimensional*, I = *Indifferent*, R = *Reverse*, dan Q = *Questinable*. Dengan menggabungkan pertanyaan fungsional dan disfungsional, maka tipe persyaratan suatu produk dapat diklasifikasikan sesuai tabel 1 berikut.

Setelah mengkombinasikan jawaban-jawaban responden berdasarkan pertanyaan fungsional dan disfungsional, hasil dari evaluasi Kano tersebut didaftarkan pada tabel hasil yang menunjukkan distribusi keseluruhan dari kategori *customer requirements*. Adapun prosesnya dapat dilihat pada gambar 2.

Tabel 1 Tabel Evaluasi Kano

Kebutuhan Konsumen		Dysfunctional				
		1	2	3	4	5
		Suka	Harap	Netral	Toleransi	Tidak suka
Functional	1. suka	Q	A	A	A	O
	2. harap	R	I	I	I	M
	3. netral	R	I	I	I	M
	4. toleransi	R	I	I	I	M
	5. tidak suka	R	R	R	R	Q

Sumber: Tan dan Pawitra, 2001



Gambar 2 Proses evaluasi Kano  
Sumber: Walden, 1993

Penentuan kategori Kano tiap atribut dengan menggunakan *Blauth's formula* menurut Walden (1993) antara lain:

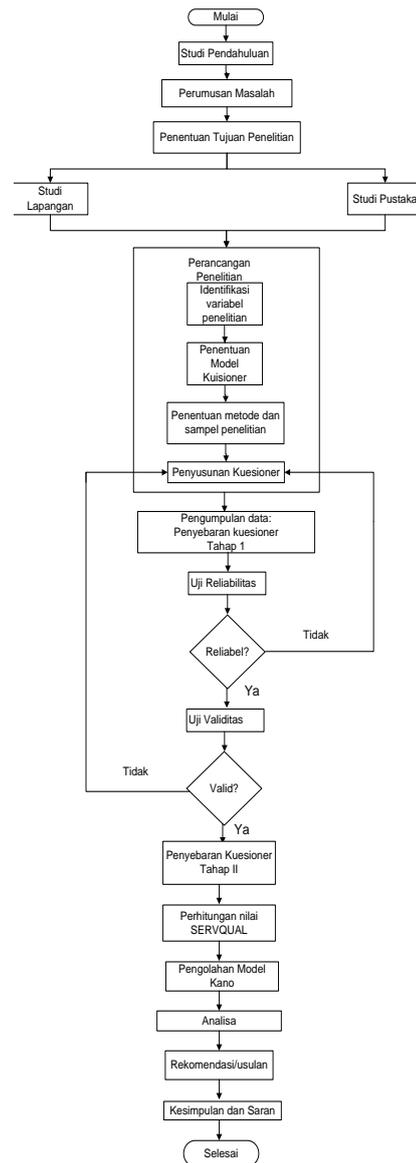
- Jika (*one-dimensional + attractive + must-be*) > (*indifferent + reverse + questionable*) maka *grade* diperoleh dari yang paling maksimum dari (*one-dimensional, attractive, must-be*)
- Jika (*one-dimensional + attractive + must-be*) < (*indifferent + reverse + questionable*) maka *grade* diperoleh dari yang paling maksimum dari (*indifferent + reverse + questionable*)
- Jika jumlah nilai (*one-dimensional + attractive + must-be*) = (*indifferent + reverse + questionable*) maka *grade* diperoleh yang paling maksimum diantara semua kategori kano yaitu (*one-dimensional, attractive, must-be, indifferent, reverse, questionable*).

Objek dari penelitian ini adalah PT. PLN (persero) UPJ Semarang Selatan dengan jumlah responden sebanyak 110 responden pelanggan dan 20 responden pihak manajemen. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data adalah menggunakan instrumen kuesioner. Penentuan mekanisme penelitian dalam kuesioner *Servqual* menggunakan model penilaian skala likert dengan 6 jenjang range nilai untuk menghindari banyaknya responden yang memilih jawaban netral (Widodo 2009). Sedangkan kuesioner kano terdiri dari pertanyaan fungsional dan disfungsional mengenai produk/jasa yang diberikan oleh PT. PLN (persero). Kuesioner ini menggunakan pilihan jawaban: 1=Suka, 2=Mengharapkan, 3=Netral, 4=Memberikan toleransi, 5=Tidak suka. Adapun tahap-tahap penelitian yang dilakukan dapat dilihat dalam bentuk diagram alir berikut ini .

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisa Penilaian Kualitas Jasa untuk GAP 1

Berikut nilai rata-rata *Servqual* GAP 1 untuk setiap dimensi dilihat pada tabel 2 dibawah ini.



Gambar 3 Metodologi Penelitian

Tabel 2 Nilai Rata-rata *Servqual* Gap 1

$\overline{SK}_i$ <i>Tangible</i>	0.0915
$\overline{SK}_i$ <i>Reliability</i>	-0.6446
$\overline{SK}_i$ <i>Responsiveness</i>	-0.29325
$\overline{SK}_i$ <i>Assurance</i>	-0.26229
$\overline{SK}_i$ <i>Empathy</i>	-0.3608
Total	-1.46944
$\tau \overline{SK}_i$	-0.29389

## Identifikasi Variabel Penelitian

Tabel 3 Variabel Penelitian

Dimensi	Pernyataan	
<i>Tangible</i>	T1	Kenyamanan ruang tunggu
	T2	Tempat parkir yang cukup luas
	T3	Tersedianya toilet
	T4	Tersedianya tempat sampah
	T5	Papan petunjuk penting harus terpasang dan mudah dibaca
	T6	Kemudahan untuk memperoleh pamflet/buku petunjuk tentang informasi pelayanan
	T7	Kuitansi/surat rekening sebagai bukti pembayaran selalu diberikan kepada pelanggan
<i>Reliability</i>	T8	Pakaian petugas rapi
	R1	Keakuratan setiap catatan yang dilakukan oleh petugas pembaca meter
	R2	Keakuratan perhitungan rekening listrik
	R3	Kondisi jaringan listrik (selalu stabil 24 jam)
	R4	Keandalan stabilitas tegangan listrik
<i>Responsiveness</i>	R5	Kondisi KWH meter (perputaran angka sesuai dengan jumlah pemakaian)
	RES1	Kecepatan tanggapan dalam melayani permohonan pengajuan pasang baru atau perubahan daya
	RES2	Kecepatan petugas dalam menanggapi keluhan pelanggan (sesuai dengan waktu yang dijanjikan)
	RES3	Prosedur pemasangan sambungan baru atau perubahan daya sederhana
<i>Assurance</i>	RES4	Meter listrik dicatat tiap bulan
	A1	Keamanan dalam melakukan transaksi
	A2	Kelancaran dalam proses pembayaran melalui bank-bank setempat.
	A3	Petugas loket yang ramah, sopan
	A4	Petugas pembaca meter yang ramah, sopan
	A5	Kejelasan informasi mengenai kerusakan yang terjadi
	A6	Informasi pemberitahuan pemadaman listrik
<i>Empathy</i>	A7	Pergiliran listrik wajar
	E1	Lokasi pembayaran rekening mudah dijangkau
	E2	Kemudahan dalam menghubungi <i>customer service</i> (telepon 123)
	E3	Adanya pelayanan informasi dan gangguan dari pelanggan
	E4	Kenaikan tarif diimbangi dengan peningkatan kualitas
	E5	Kompensasi terhadap pelanggan atas kesalahan yang dilakukan petugas

Berdasarkan tabel 3 di atas, maka penilaian tingkat harapan pelanggan dengan pandangan manajemen PT. PLN (persero) UPJ Semarang Selatan untuk variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* adalah bahwa secara umum variabel *tangible* dinilai baik oleh pelanggan terlihat pada nilai rata-rata *Servqual* untuk dimensi ini bernilai positif, menandakan bahwa pihak manajemen memiliki persepsi yang sama atau lebih baik dari apa yang diinginkan oleh pelanggan. Sedangkan untuk dimensi *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* secara umum memiliki nilai *servqual* yang masih negatif menandakan bahwa kualitas pelayanan PT. PLN (persero) UPJ Semarang Selatan

belum memenuhi kebutuhan pelanggan. Nilai *Servqual* negatif atau *gap* terbesar terdapat pada dimensi *Reliability*, hal ini menunjukkan bahwa pihak manajemen PT. PLN (persero) UPJ Semarang Selatan belum peka terhadap keinginan pelanggan pada variabel tersebut, sehingga pihak manajemen belum mampu memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan baik secara akurat maupun terpercaya.

### Analisa Penilaian Kualitas Jasa untuk GAP 5

Berikut ini nilai rata-rata *Servqual* GAP 5 untuk setiap dimensi dapat dilihat pada tabel 4.

**Tabel 4 Nilai Rata-rata *Servqual Gap* 5**

$\overline{SK}_i$ Tangible	-0.0795
$\overline{SK}_i$ Reliability	-1.242
$\overline{SK}_i$ Responsiveness	-0.88875
$\overline{SK}_i$ Assurance	-0.58043
$\overline{SK}_i$ Emphaty	-0.7656
Total	-3.55628
$\overline{SK}_T$	-0.71126

Berdasarkan tabel 4 di atas, maka penilaian tingkat persepsi pelanggan dengan harapan pelanggan untuk variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* adalah secara keseluruhan menunjukkan nilai *servqual* yang negatif. Nilai *Servqual* negatif atau *gap* terbesar terjadi pada dimensi *Emphaty* ini menandakan bahwa pelanggan menganggap bahwa perusahaan belum memberikan perhatian yang tulus kepada pelanggan dengan pemberian akses yang mudah dan belum memahami keinginan spesifik dari pelanggannya sehingga pelanggan belum merasa puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. PLN UPJ Semarang Selatan belum memenuhi kebutuhan pelanggan. Nilai *Servqual* negatif atau *gap* terbesar juga terjadi pada dimensi *Reliability* ini menandakan bahwa pelanggan menganggap bahwa hal ini menunjukkan bahwa pihak manajemen PT. PLN UPJ Semarang Selatan belum peka dalam mengetahui keinginan pelanggan pada variabel tersebut karena itu perlu dilakukan perbaikan pada variabel tersebut.

#### **Pengintegrasian *Servqual* dan Model Kano**

Hasil Pengintegrasian *Servqual* dan Model Kano dapat dilihat pada tabel 5. Tabel ini menunjukkan bahwa yang termasuk pada kategori *must - be* sebanyak 15 kriteria, untuk kategori *one-dimensional* terdapat 6 kriteria, kategori *attractive*

sebanyak 4 kriteria dan yang termasuk *indifferent* sebanyak 4 kriteria.

#### **Analisa Kriteria Pelayanan yang Harus Diprioritaskan**

Berdasarkan pengintegrasian *Servqual* dan Model Kano yang sudah dilakukan sebelumnya dapat diketahui kriteria mana saja yang perlu mendapat prioritas untuk ditingkatkan. Kategori pertama yang harus ditingkatkan ialah kategori *must-be*, hal ini disesuaikan dengan *evaluation rule* pada model Kano bahwa kriteria yang harus diprioritaskan untuk ditingkatkan terlebih dahulu adalah kriteria yang termasuk kategori *must-be* (Hinterhuber, dkk, 1996). Kategori *must-be* diutamakan lebih dahulu karena merupakan kriteria dasar dari produk ataupun jasa yang berarti bahwa kriteria tersebut sudah semestinya dipenuhi oleh perusahaan. Prioritas ini juga didasarkan pada besarnya nilai *gap* yang terjadi dimana prioritas utama ialah yang memiliki nilai *gap* terbesar dalam penelitian ini dimensi *reliability* (R5) yaitu kondisi KWH meter (perputaran angka sesuai dengan jumlah pemakaian). Setelah kategori dasar (*must-be*) sudah dipenuhi kemudian perusahaan berupaya untuk meningkatkan kinerja pada kategori *one-dimensional* dan memasukkan kategori yang *attractive* yang berbeda dengan kompetitor (Walden, 1993).

Dibawah ini merupakan tabel kriteria yang harus diprioritaskan untuk ditingkatkan sesuai dengan urutan yang harus diprioritaskan terlebih dahulu. Dalam penelitian ini kriteria yang termasuk kategori *indifferent* tidak dimasukkan ke dalam prioritas perbaikan karena kategori *indifferent* dianggap tidak memberikan pengaruh baik kepada kepuasan pelanggan maupun ketidakpuasan pelanggan, dalam prioritas ini juga *gap* atau kesenjangan yang bernilai positif tidak dimasukkan karena dianggap kinerjanya telah memenuhi harapan pelanggan.

Tabel 5 Integrasi Data *Servqual* dan Kano berdasarkan Dimensi *Sevqual*

Dimensi <i>Servqual</i>	Var	Kriteria Kepuasan Pelanggan	Nilai <i>Gap 5</i>	Grade
<i>Tangible</i>	T1	Kenyamanan ruang tunggu	0.082	M
	T2	Tempat parkir yang cukup luas	-0.100	I
	T3	Tersedianya toilet	0.009	I
	T4	Tersedianya tempat sampah	0.546	I
	T5	Papan petunjuk penting harus terpasang dan mudah dibaca	-0.555	A
	T6	Kemudahan untuk memperoleh pamflet/buku petunjuk tentang informasi pelayanan	-0.618	A
	T7	Kuitansi/surat rekening sebagai bukti pembayaran selalu diberikan kepada pelanggan	-0.036	M
<i>Reliability</i>	T8	Pakaian petugas rapi	0.036	M
	R1	Keakuratan setiap catatan yang dilakukan oleh petugas pembaca meter	-0.809	M
	R2	Keakuratan perhitungan rekening listrik	-1.118	M
	R3	Kondisi jaringan listrik (selalu stabil 24 jam)	-1.264	M
	R4	Keandalan stabilitas tegangan listrik	-1.473	M
<i>Responsiveness</i>	R5	Kondisi KWH meter (perputaran angka sesuai dengan jumlah pemakaian)	-1.546	M
	RES1	Kecepatan tanggapan dalam melayani permohonan pengajuan pasang baru atau perubahan daya	-1.046	O
	RES2	Kecepatan petugas dalam menanggapi keluhan pelanggan (sesuai dengan waktu yang dijanjikan)	-0.991	O
	RES3	Prosedur pemasangan sambungan baru atau perubahan daya sederhana	-0.782	O
<i>Assurance</i>	RES4	Meter listrik dicatat tiap bulan	-0.736	M
	A1	Keamanan dalam melakukan transaksi	0.018	M
	A2	Kelancaran dalam proses pembayaran melalui bank- bank setempat.	-0.345	A
	A3	Petugas loket yang ramah, sopan	-0.236	M
	A4	Petugas pembaca meter yang ramah, sopan	-0.318	M
	A5	Kejelasan informasi mengenai kerusakan yang terjadi	-0.928	M
	A6	Kejelasan informasi saat akan terjadi pemadaman listrik	-1.254	O
<i>Emphaty</i>	A7	Pergiliran listrik pada masing-masing rumah pelanggan wajar (pemadaman merata)	-1.00	O
	E1	Lokasi pembayaran rekening mudah dijangkau	0.118	I
	E2	Kemudahan dalam menghubungi <i>customer service</i> (telepon 123)	-0.509	M
	E3	Adanya pelayanan informasi dan gangguan dari pelanggan	-0.655	M
	E4	Kenaikan tarif diimbangi dengan peningkatan kualitas	-1.555	O
	E5	Kompensasi terhadap pelanggan atas kesalahan yang dilakukan petugas	-1.227	A

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil perhitungan nilai *gap 1* diketahui bahwa masih terdapat kesenjangan antara persepsi pihak manajemen dengan harapan pelanggan hal ini terlihat dari nilai *Servqual* yang menunjukkan nilai negatif. Nilai *Servqual* negatif atau *gap* terbesar terjadi R5 hal ini menunjukkan bahwa pihak manajemen PT. PLN (persero) UPJ Semarang Selatan belum sepenuhnya memahami keinginan pelanggan pada variabel tersebut.

Berdasarkan hasil perhitungan nilai *gap 5* diketahui bahwa masih terdapat kesenjangan antara persepsi pelanggan

dengan harapan pelanggan, hal ini terlihat dari nilai *Servqual* yang menunjukkan nilai negatif.

Nilai *Servqual* negatif atau *gap* terbesar terjadi pada dimensi *Emphaty* ini menandakan bahwa pelanggan menganggap bahwa perusahaan belum memberikan perhatian yang tulus kepada pelanggan dengan pemberian akses yang mudah dan belum memahami keinginan spesifik dari pelanggannya. Termasuk dalam kategori *must-be* sebagian besar ialah dimensi *reliability* ini menandakan bahwa industri jasa seperti PLN yang perlu diutamakan ialah keandalan (*reliability*)

dari jasa intinya seperti seperti kondisi KWH meter (perputaran angka sesuai dengan jumlah pemakaian), keandalan stabilitas tegangan listrik, kondisi jaringan listrik yang selalu stabil selama 24 jam, keakuratan perhitungan rekening listrik dan keakuratan setiap catatan yang dilakukan oleh petugas pembaca meter.

#### DAFTAR PUSTAKA

1. Fokus: Media Komunikasi PLN, 2009
2. Hinterhuber, Hans H., Matzler, K., Bailon, F., Sauerwein, E., (1996), *The Kano Model: How To Delight Your Customers. Internasional Working Seminar on Production Economics*, pp.313-327.
3. Parasuraman, A., Zeithalm, V., dan Berry L., (1988), *SERVQUAL: A Multiple item Sale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*, Journal of Retailing
4. Tan, K.C. and T.A. Pawitra, (2001), *Integrating Servqual and Kano's Model into QFD for Service Excellence Development. Managing Service Quality*, 11(6), pp.418-430.
5. Tjiptono, Fandi & Gregorius Chandra, (2005), *Service, Quality & Satisfaction*, Penerbit ANDI, Yogyakarta.
6. Tjiptono, Fandi & Gregorius Chandra, (2008), *Service Management*, Penerbit ANDI, Yogyakarta.
7. Walden, D., (1993), Special issue on Kano's Methods for Understanding Customer Defined Quality, *The Center for Quality of Management Journal*, vol. 2. No.4, pp.3-35.
8. Widodo, Method of Successive Interval, (2009), diakses 12 Januari 2010 (<http://www.methode-of-successive-interval-1875481.htm>)

**Tabel 6 Kriteria yang Harus Diprioritaskan untuk Ditingkatkan**

Kategori	Kriteria	Pernyataan	
<i>Must-be</i>	R5	Kondisi KWH meter (perputaran angka sesuai dengan jumlah pemakaian)	
	R4	Keandalan stabilitas tegangan listrik	
	R3	Kondisi jaringan listrik (selalu stabil 24 jam)	
	R2	Keakuratan perhitungan rekening listrik	
	A6	Kejelasan informasi mengenai kerusakan yang terjadi	
	R1	Keakuratan setiap catatan yang dilakukan oleh petugas pembaca meter	
	RES4	Meter listrik dicatat tiap bulan	
	E3	Adanya pelayanan informasi dan gangguan dari pelanggan	
	E2	Kemudahan dalam menghubungi <i>customer service</i> (telepon 123)	
	A4	Petugas pembaca meter yang ramah, sopan	
	A3	Petugas loket yang ramah, sopan	
	T7	Kuitansi/surat rekening sebagai bukti pembayaran selalu diberikan kepada pelanggan	
	<i>One-dimensional</i>	E4	Kenaikan tarif diimbangi dengan peningkatan kualitas
		A6	Kejelasan informasi saat akan terjadi pemadaman listrik
RES1		Kecepatan tanggapan dalam melayani permohonan pengajuan pasang baru atau perubahan daya	
A7		Pergiliran listrik pada masing-masing rumah pelanggan wajar (pemadaman merata)	
RES2		Kecepatan petugas dalam menanggapi keluhan pelanggan (sesuai dengan waktu yang dijanjikan)	
RES3		Prosedur pemasangan sambungan baru atau perubahan daya sederhana	
<i>Attractive</i>	E5	Kompensasi terhadap pelanggan atas kesalahan yang dilakukan petugas	
	T6	Kemudahan untuk memperoleh pamflet/buku petunjuk tentang informasi pelayanan	
	T5	Papan petunjuk penting harus terpasang dan mudah dibaca	
	A2	Kelancaran dalam proses pembayaran melalui bank-bank setempat	

