

SKRIPSI

**ANALISIS KUALITAS LAYANAN PT PLN (PERSERO)
BULUKUMBA DENGAN METODE SERVQUAL DAN MODEL
KANO**

Disusun dan diajukan oleh:

**NUR QALBI
D071 19 1007**



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
GOWA
2023**

SKRIPSI

**ANALISIS KUALITAS LAYANAN PT PLN (PERSERO)
BULUKUMBA DENGAN METODE SERVQUAL DAN MODEL
KANO**

Disusun dan diajukan oleh:

**NUR QALBI
D071 19 1007**



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
GOWA
2023**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

ANALISIS KUALITAS LAYANAN PT PLN (PERSERO) BULUKUMBA DENGAN METODE SERVQUAL DAN MODEL KANO

Disusun dan diajukan oleh

NUR QALBI
D071191007

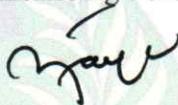
Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka
Penyelesaian Studi Program Sarjana Program Studi Teknik Industri
Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin
Pada tanggal 24 Oktober 2023
dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,

Pembimbing Utama,

Pembimbing Pendamping,


Prof. Dr. Ir. Syamsul Bahri, M.Si., IPU., ASEAN. Eng.
NIP.19611113 198702 1 003


Ir. Kifayah Amar, ST., M.Sc., Ph.D., IPU
NIP.1970621 200604 2 001

Ketua Program Studi,




Ir. Kifayah Amar, ST., M.Sc., Ph.D., IPU
NIP.1970621 200604 2 001

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini ;

Nama : Nur Qalbi
NIM : D071191007
Program Studi : Teknik Industri
Jenjang : S1

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulisan saya berjudul

Analisis Kualitas Layanan PT PLN (PERSERO) Bulukumba Dengan Metode Servqual Dan Model Kano

Adalah karya tulisan saya sendiri dan bukan merupakan pengambilan alihan tulisan orang lain dan bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri.

Semua informasi yang ditulis dalam skripsi yang berasal dari penulis lain telah diberi penghargaan, yakni dengan mengutip sumber dan tahun penerbitannya. Oleh karena itu semua tulisan dalam skripsi ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis. Apabila ada pihak manapun yang merasa ada kesamaan judul dan atau hasil temuan dalam skripsi ini, maka penulis siap untuk diklarifikasi dan mempertanggungjawabkan segala resiko.

Segala data dan informasi yang diperoleh selama proses pembuatan skripsi, yang akan dipublikasi oleh Penulis di masa depan harus mendapat persetujuan dari Dosen Pembimbing.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan isi skripsi ini hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Gowa, 24 Oktober 2023

Yang Menyatakan,



Nur Qalbi

ABSTRAK

NUR QALBI. *Analisis Kualitas Layanan PT PLN (Persero) Bulukumba Dengan Metode Servqual Dan Model Kano* (dibimbing oleh Syamsul Bahri dan Kifayah Amar)

BUMN jasa penyedia tenaga listrik, yaitu PT. PLN (Persero) yang bertugas menyediakan tenaga listrik kepentingan umum yang kebutuhannya tumbuh setiap tahun. Perpanjangan kebutuhan listrik sebagai akibat dari peningkatan kualitas hidup masyarakat juga termasuk perkembangan industri di Indonesia, sedangkan PT. PLN (Persero) hanya dapat bereaksi terhadap permintaan yang terus meningkat dengan kapasitas listrik yang terbatas di Indonesia, PT. PLN (Persero) merupakan perusahaan milik negara pemasok listrik yang ditunjuk untuk kebutuhan listrik masyarakat Indonesia. Tujuan penelitian ini adalah mengukur tingkat kualitas layanan jasa PLN Bulukumba serta mengurutkan prioritas perbaikan yang dapat dilakukan oleh PLN Bulukumba untuk meningkatkan kualitas layanannya. Penelitian ini menggunakan metode *Servqual* untuk menghitung tingkat kualitas layanan PLN Bulukumba berdasarkan kuesioner yang dibagikan. Selain itu, penelitian ini menggunakan Model Kano untuk mengurutkan prioritas perbaikan yang dapat dilakukan oleh PLN Bulukumba untuk meningkatkan kualitas pelayanannya. Hasil penelitian ini adalah berupa nilai tingkatan kualitas layanan dari PLN Bulukumba, urutan prioritas atribut perbaikan, dan solusi perbaikan. Terdapat nilai rata-rata ekspektasi sebesar 4,082 sedangkan nilai persepsi sebesar 3,297. Kemudian didapatkan 6 atribut prioritas perbaikan. Dalam beberapa bulan terakhir, terjadi peningkatan yang signifikan dalam jumlah pengaduan yang masuk melalui *call center* dan secara langsung di PLN Bulukumba, beberapa masalah yang dilaporkan seperti seringnya kehabisan pulsa secara mendadak sehingga listrik mati, sering terjadi kendala dalam pembelian voucher lewat ATM atau platform digital, dan juga adanya peningkatan biaya listrik yang tidak diharapkan. Adapun solusi perbaikan yang bisa dilakukan adalah berupa edukasi pada pelanggan, menerapkan sistem CRM (*Customer Relationship Management*), pelatihan karyawan yang komprehensif, menetapkan prosedur kerja standar (SOP), menggunakan teknologi *smart metering*, PLN harus memiliki basis data pelanggan yang terintegrasi, Membentuk tim tanggap darurat yang siap di lapangan.

Kata Kunci: Analisis Kualitas, Kualitas Pelayanan, *Service Quality*, Model Kano

ABSTRACT

NUR QALBI. *Analysis of PT PLN (Persero) Bulukumba Service Quality Using the Servqual Method and Kano Model (supervised by Syamsul Bahri and Kifayah Amar)*

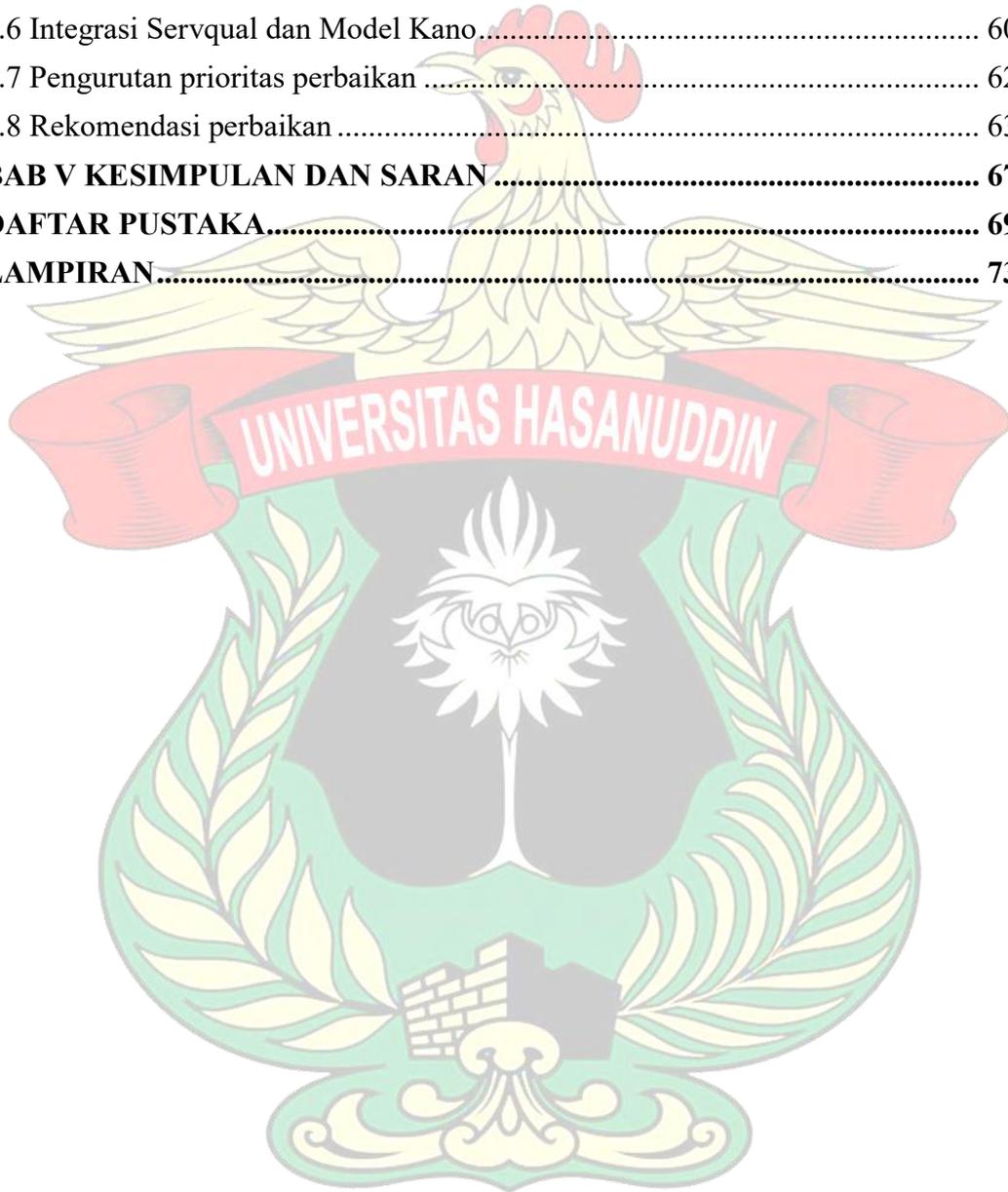
One of the known state-owned electricity supply services companies, namely PT. PLN (Persero) is tasked with providing electricity for public use whose needs grow every year. The extension of electricity demand as a result of improving people's quality of life also includes industrial development in Indonesia, while PT. PLN (Persero) can only react to increasing demand with limited electricity capacity in Indonesia, PT. PLN (Persero) is a state-owned electricity supply company appointed for the electricity needs of the Indonesian people. The aim of this research is to measure the level of service quality of PLN Bulukumba services and to prioritize improvements that can be carried out by PLN Bulukumba to improve the quality of its services. This research uses the Servqual method to calculate the level of quality of PLN Bulukumba services based on a sectioned questionnaire. In addition, this research uses the Kano Model to prioritize improvements that can be carried out by PLN Bulukumba to improve the quality of its services. The results of this research are in the form of service quality levels from PLN Bulukumba, priority order of repair attributes, and repair solutions. There is an average expectation value of 4.082 while the perception value is 3.297. Then 6 priority improvement attributes were obtained. In the last few months, there has been a significant increase in the number of complaints coming in through the call center and directly at PLN Bulukumba, several problems have been reported such as frequently running out of credit suddenly resulting in power cuts, frequent problems in purchasing vouchers via ATM or platform digital, and also an unexpected increase in electricity costs. The improvement solutions that can be implemented are in the form of educating customers, implementing a CRM (Customer Relationship Management) system, comprehensive employee training, establishing standard work procedures (SOP), using smart metering technology, PLN must have an integrated customer database, forming a team. emergency response ready in the field.

Keywords: Quality Analyst, Service Quality, Service Quality, Kano Model

DAFTAR ISI

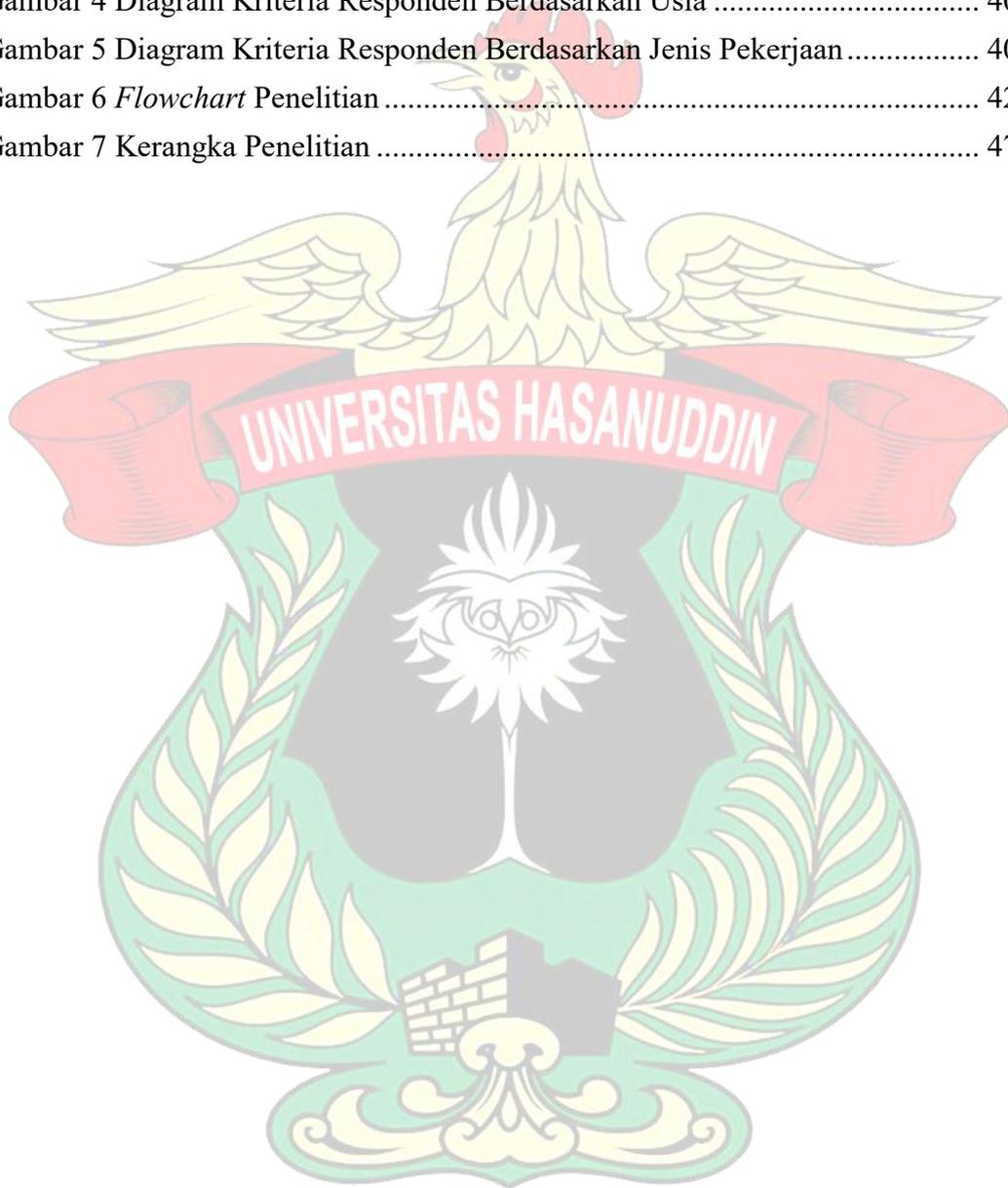
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
KATA PENGANTAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	14
1.1 Latar Belakang	14
1.2 Rumusan Masalah	18
1.3 Tujuan Penelitian	19
1.4 Manfaat Penelitian	19
1.5 Batasan Masalah.....	19
1.6 Sistematika Penulisan.....	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	21
2.1 Kualitas Layanan.....	21
2.2 <i>Servqual</i>	22
2.3 Model Kano.....	24
2.4 Ketepatan Alat Ukur.....	27
2.4.1 Uji Validitas.....	27
2.4.2 Uji Reliabilitas	28
2.5 Penelitian Terdahulu.....	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	33
3.1 Objek dan Waktu Penelitian	33
3.2 Sumber Data.....	33
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	33
3.4 Definisi Operasional Variabel	35
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian	38
3.6 Metode Penelitian.....	42
3.7 Kerangka Berfikir.....	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	49

4.1 Gambaran Umum PLN Bulukumba.....	49
4.2 Metode Analisis Data	49
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	51
4.4 Pengolahan Data dengan <i>Servqual</i>	53
4.5 Pengolaan Data Model Kano	57
4.6 Integrasi <i>Servqual</i> dan Model Kano.....	60
4.7 Pengurutan prioritas perbaikan	62
4.8 Rekomendasi perbaikan	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	67
DAFTAR PUSTAKA.....	69
LAMPIRAN.....	73



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Jumlah pelanggan PLN Bulukumba.....	16
Gambar 2 Kerangka Integrasi Model Kano	25
Gambar 3 Diagram Kriteria Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Gambar 4 Diagram Kriteria Responden Berdasarkan Usia	40
Gambar 5 Diagram Kriteria Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	40
Gambar 6 <i>Flowchart</i> Penelitian	42
Gambar 7 Kerangka Penelitian	47



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Hasil rekap gangguan PLN Bulukumba.....	17
Tabel 2 Model Kano.....	26
Tabel 3 Penelitian terdahulu.....	29
Tabel 4 pernyataan kualitas pelayanan.....	34
Tabel 5 pernyataan kualitas pelayanan.....	37
Tabel 6 Karakteristik responden.....	39
Tabel 7 Skor skala <i>likert</i>	44
Tabel 8 Kriteria penilaian model Kano.....	44
Tabel 9 kriteria nilai uji reliabilitas.....	44
Tabel 10 Rekapitulasi hasil kuesioner variabel ekspetasi.....	50
Tabel 11 Rekapitulasi hasil kuesioner variabel persepsi.....	50
Tabel 12 Hasil uji validitas variabel persepsi.....	51
Tabel 13 Hasil uji validitas variabel ekspektasi.....	52
Tabel 14 Hasil uji reliabilitas ekspetasi pelanggan.....	53
Tabel 15 Hasil uji reliabilitas persepsi pelanggan.....	53
Tabel 16 Nilai skor ekspektasi pelanggan.....	54
Tabel 17 Skor nilai ekspektasi pelanggan.....	55
Tabel 18 Perhitungan nilai gap tiap pernyataan.....	56
Tabel 19 Nilai variabel fungsional.....	57
Tabel 20 Nilai variabel disfungsional.....	57
Tabel 21 Pengkategorian model Kano.....	58
Tabel 22 Evaluasi dan Pengkategorian Model Kano layanan PLN Bulukumba...	60
Tabel 23 Bobot kategori model Kano.....	61
Tabel 23 Integrasi <i>Servqual</i> dan Model Kano.....	61
Tabel 25 Urutan Prioritas Perbaikan.....	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Dokumentasi wawancara dengan pelanggan	73
Lampiran 2 Dokumentasi wawancara dengan pelanggan	73
Lampiran 3 Dokumentasi wawancara dengan pelanggan	74
Lampiran 4 Google formulir kuesioner penelitian.....	74
Lampiran 5 Google formulir kuesioner penelitian.....	75
Lampiran 6 Google formulir kuesioner penelitian.....	75
Lampiran 7 Google formulir kuesioner penelitian.....	76
Lampiran 8 Google formulir kuesioner penelitian.....	76
Lampiran 9 Google formulir kuesioner penelitian.....	77
Lampiran 10 Google formulir kuesioner penelitian.....	77
Lampiran 11 Google formulir kuesioner penelitian.....	78
Lampiran 12 Google formulir kuesioner penelitian.....	78
Lampiran 13 Google formulir kuesioner penelitian.....	79
Lampiran 14 Google formulir kuesioner penelitian.....	79
Lampiran 15 Google formulir kuesioner penelitian.....	80
Lampiran 16 Google formulir kuesioner penelitian.....	80
Lampiran 17 Google formulir kuesioner penelitian.....	81
Lampiran 18 Google formulir kuesioner penelitian.....	81
Lampiran 19 Google formulir kuesioner penelitian.....	82
Lampiran 20 Google formulir kuesioner penelitian.....	82
Lampiran 21 Google formulir kuesioner penelitian.....	83
Lampiran 22 Google formulir kuesioner penelitian.....	83
Lampiran 23 Google formulir kuesioner penelitian.....	84
Lampiran 24 Google formulir kuesioner penelitian.....	84
Lampiran 25 Google formulir kuesioner penelitian.....	85
Lampiran 26 Hasil Uji Validitas Variabel Ekspektasi	86
Lampiran 27 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi	87
Lampiran 28 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Ekspektasi Dimensi <i>Service Cost</i> ...	87
Lampiran 29 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Ekspektasi Dimensi <i>Employee Skill</i>	87
Lampiran 30 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Ekspektasi Dimensi <i>Service Attributes</i> ...	88
Lampiran 31 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Ekspektasi Dimensi <i>Empathy</i>	88

Lampiran 32 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Ekspektasi Dimensi <i>Security</i>	88
Lampiran 33 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Ekspektasi Dimensi <i>Assurance</i>	88
Lampiran 34 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Dimensi <i>Service Cost</i>	88
Lampiran 35 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Dimensi <i>Employee Skill</i> ...	88
Lampiran 36 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Dimensi <i>Service Attributes</i>	89
Lampiran 37 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Dimensi <i>Empathy</i>	89
Lampiran 38 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Dimensi <i>Security</i>	89
Lampiran 39 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Dimensi <i>Assurance</i>	89



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan judul “Analisis Kualitas Layanan PT PLN (Persero) Bulukumba Dengan Metode Servqual Dan Model Kano” dengan baik. Sholawat serta salam senantiasa tercurah pada junjungan dan uswatun hasanah seluruh umat manusia, Rasulullah Muhammad SAW beserta keluarga, para sahabat, dan umatnya yang senantiasa istiqomah di jalan-Nya.

Tugas akhir ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Departemen Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin. Keberhasilan penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, baik moral maupun material. Dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ungkapan terimakasih yang tulus kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga saya bisa menjalani menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Seluruh keluarga saya, terutama Ibu dan Ayah saya, yang selalu mendampingi saya sejak kecil hingga sekarang. Tanpa bantuannya, saya tidak akan berada di titik ini sekarang.
3. Ibu Ir. Kifayah Amar, ST., M.Sc., Ph.D., IPU selaku Ketua Departemen Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin
4. Prof. Dr. Syamsul Bahri, M.Si selaku pembimbing I serta Ibu Ir. Kifayah Amar, ST., M.Sc., Ph.D., IPU selaku pembimbing II dalam menyusun tugas akhir ini. Saya sangat berterima kasih atas bantuan Ibu sehingga saya bisa menyusun tugas akhir ini dengan lancar dari awal hingga selesai. Terima kasih banyak atas bimbingan dan masukan dari Ibu selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu dosen serta staf Departemen Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin.
6. Sahabat-sahabat Houzetic Ahnaf, Tarru, Eki, Ipul, Accul, Farid, Aron, Dimas, Deding, dan Niko yang selalu menemani saya dari awal perkuliahan hingga

sekarang. Terima kasih atas motivasi dan nasihat yang selalu diberikan kepada saya sehingga saya bisa menjalani masa perkuliahan dengan lancar.

7. Annisa Nabila yang senantiasa menemani dalam penyusunan skripsi, serta selalu memberikan semangat dan dukungan selama penyusunan skripsi
8. Sahabat-sahabat HEURIZTIC19 yang selalu ada untuk membantu saya dalam keadaan apapun.
9. Pihak-pihak terkait yang mendukung terselesainya tugas akhir ini.

Semoga bantuan dan dukungan yang telah diberikan dicatat sebagai amal ibadah oleh Allah SWT.

Atas segala keterbatasan, tugas akhir ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran sehingga penulis dapat memperbaiki penelitian ini. Penulis berharap semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi penulis maupun pembaca.

Gowa, 20 September 2023

Penulis



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan industri maupun bisnis pada masa sekarang yang semakin maju seiring dengan perkembangan teknologi membuat organisasi perusahaan maupun publik untuk senantiasa meningkatkan pelayanan yang diharapkan pada bidangnya masing - masing. Informasi yang diterima saat ini terasa lebih cepat dengan menggunakan teknologi yang mudah diakses sehingga setiap organisasi perusahaan ataupun organisasi publik dapat mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen yang digunakan untuk menghasilkan produk yang lebih matang sehingga dapat membuat konsumen merasa puas dengan apa yang mereka dapatkan dari layanan organisasi tersebut.

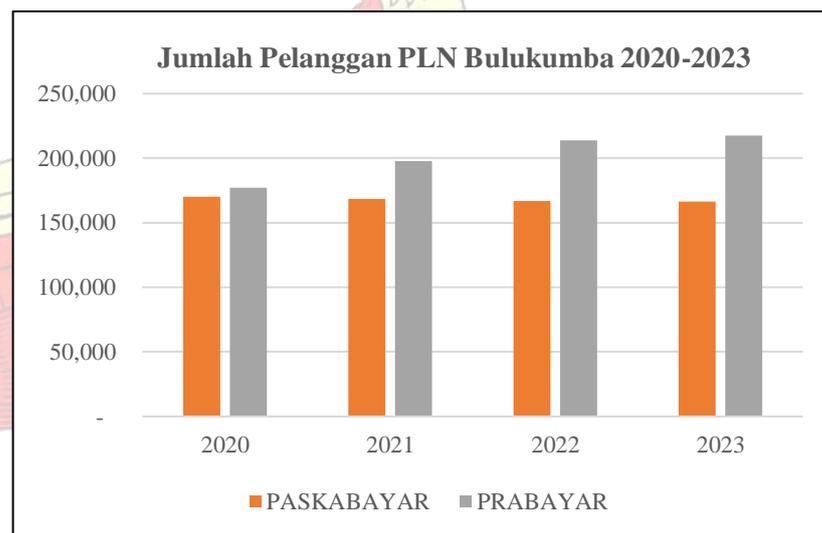
Perkembangan dunia perekonomian menghasilkan berbagai dampak nyata pada bidang industri dan segala elemen yang menjadi pelaku di dalamnya. Secara sadar dan nyata, dalam rangka mempertahankan eksistensi dan bersaing dalam pasar tentunya sangat diperlukan beberapa faktor fundamental. Kualitas produk dan loyalitas konsumen saat ini memiliki peran utama dalam memainkan pergejolakan ini. Sehingga sangat diperlukan peningkatan kinerja serta analisis yang mengedepankan sifat ilmiah. Konsumen yang loyal cenderung puas dengan produk yang dirasakan seperti membeli lebih banyak ataupun tidak memperhatikan dengan perubahan harga yang mereka beli dan akan tetap membeli berulang kali, ketika konsumen merasa puas mereka akan menyebarkan informasi dengan menceritakan keunggulan mengenai produk yang digunakan kepada orang lain dan cenderung tidak menjelaskan kekurangan produk tersebut. Perusahaan tentunya ingin berkembang dan ingin menjadi yang unggul dalam berkompetitif tentunya harus memberikan produk berupa barang atau jasa yang berkualitas dengan harga yang relatif murah dan pelayanan yang baik kepada para konsumen dibandingkan dengan pesaingnya. Agar dapat memenuhi keinginan pelanggan pada industri jasa diperlukan kualitas pelayanan yang dapat dikelola perusahaan dengan baik.

BUMN jasa penyedia tenaga listrik, yaitu PT. PLN (Persero) yang bertugas menyediakan tenaga listrik kepentingan umum yang kebutuhannya tumbuh setiap tahun. Perpanjangan kebutuhan listrik sebagai akibat dari peningkatan kualitas hidup masyarakat juga termasuk perkembangan industri di Indonesia, sedangkan PT. PLN (Persero) hanya dapat bereaksi terhadap permintaan yang terus meningkat dengan kapasitas listrik yang terbatas di Indonesia.

PT. PLN (Persero) menyadari bahwa penggunaan tenaga listrik masyarakat yang semakin meningkat dan terus melakukan studi untuk meningkatkan kualitas layanan dengan menawarkan berbagai program untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Hal ini dilakukan untuk memastikan kelangsungan perusahaan dan untuk terus maju dan berkembang dalam memberikan pelayanan yang lebih baik kepada masyarakat. Bentuk perubahan yang dihasilkan oleh perusahaan PT. PLN meluncurkan program bernama listrik pintar untuk meningkatkan pelayanan kelistrikan. Listrik pintar merupakan sebuah inovasi layanan yang diperkenalkan oleh PLN pada tahun 2008, namun baru secara resmi diperkenalkan pada tahun berikutnya, yaitu 2009. Sebelumnya, pelanggan PLN telah mendapatkan layanan listrik dengan pembayaran pasca penggunaan, di mana pelanggan menggunakan listrik terlebih dahulu dan membayar pada bulan berikutnya. Setiap bulan, PLN perlu mencatat penggunaan meteran, menghitung total tagihan, dan mengeluarkan rekening kepada pelanggan. Jika pelanggan terlambat atau tidak membayar tagihan, PLN juga harus melakukan penagihan dan dapat memutus aliran listrik setelah batas waktu tertentu.

Migrasi dari sistem pembayaran pascabayar menjadi prabayar, termasuk juga pemasangan listrik prabayar baru, melibatkan perubahan dalam model yang terkait dengan voucher atau token pulsa yang diperlukan untuk mengakses aliran listrik. Satu dari beberapa alasan mengapa program listrik pintar ini dijalankan adalah untuk meningkatkan pelayanan, selain itu juga ada banyak kejadian kesalahan dalam pembacaan meteran, tagihan yang tidak konsisten, keterlambatan pembayaran, dan kesalahan pemutusan yang menyebabkan kerugian tidak hanya bagi masyarakat, tetapi juga bagi PLN. Untuk mempelajari serta mengantisipasi situasi dan permasalahan yang sering terjadi, program Listrik Pintar telah

diperkenalkan. Melalui program ini, masyarakat diharapkan dapat lebih menghargai pentingnya energi listrik dan lebih cerdas dalam penggunaannya. Pada banyak kesempatan, penggunaan listrik sering diabaikan oleh pengguna, terutama oleh masyarakat umum. Oleh karena itu, penggunaan listrik sering kali mengakibatkan biaya yang cukup tinggi baik untuk rumah tangga maupun bisnis. Banyaknya migrasi pelanggan pascabayar menjadi pelanggan prabayar PLN Bulukumba, yaitu pada grafik pertumbuhan pelanggan sebagai berikut.



Gambar 1 Jumlah pelanggan PLN Bulukumba

PLN Bulukumba mengalami peningkatan yang cukup besar dalam jumlah pelanggan prabayar. Tetapi, meskipun dalam pencapaian ini, PLN Bulukumba masih perlu meningkatkan standar pelayanan agar dapat menjaga reputasi di mata pelanggan.

Dari segala fenomena yang terjadi, pelanggan listrik prabayar masih kurang mendapatkan informasi yang jelas mengenai program baru yang telah dikeluarkan oleh PT. PLN. Hal ini mengakibatkan beberapa masalah seperti seringnya kehabisan pulsa secara mendadak sehingga listrik mati, sering terjadi kendala dalam pembelian voucher lewat ATM, dan juga adanya peningkatan biaya listrik yang tidak diharapkan. Ketika PLN tidak melakukan komunikasi dan sosialisasi yang memadai kepada masyarakat, hal ini sangat berdampak dan menyebabkan banyak keluhan dan pengaduan dari pelanggan. Berikut hasil rekapan pengerjaan gangguan PLN Bulukumba.

Tabel 1 Hasil rekap gangguan PLN Bulukumba

Tahun	Bulan	Total
2022	Januari	1,073
	Februari	859
	Maret	940
	April	983
	Mei	954
	Juni	1,265
	Juli	1,250
	Agustus	1,134
	September	1,323
	Oktober	1,491
	November	1,545
	Desember	1,934
2023	Januari	1,953
	Februari	1,564
	Maret	1,982
	April	1,231
	Mei	1,230
	Juni	1,788

Dalam beberapa bulan terakhir, terjadi peningkatan yang signifikan dalam jumlah pengaduan yang masuk melalui *call center* dan secara langsung di PLN Bulukumba. Hal ini mencerminkan adanya masalah yang mendesak yang perlu segera diatasi. Tingginya jumlah pengaduan ini menandakan bahwa layanan yang diberikan kepada pelanggan belum memenuhi harapan mereka, dan hal ini berpotensi merusak citra perusahaan di mata pelanggan. Permasalahan ini mencerminkan kebutuhan akan evaluasi mendalam terhadap proses layanan dan interaksi pelanggan agar dapat mengidentifikasi akar penyebab dari masalah ini. PLN perlu meningkatkan kualitas layanannya agar bisa mengurangi gangguan yang terjadi baik pada rumah pelanggan maupun fasilitas umum.

Penelitian ini menggunakan metode *service quality (servqual)* untuk menghitung gap antara persepsi dan ekspektasi atau harapan pelanggan dan kenyataan layanan yang diberikan (Mikulae, 2007). Kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh banyak faktor yang berbeda dan tidak selalu berbentuk linier positif, seperti beberapa pelanggan mungkin menghargai layanan pelanggan yang ramah, sementara yang lain lebih fokus pada kualitas produk. Ini terjadi karena

tidak semua fitur pelayanan yang disediakan memiliki pengaruh yang seimbang dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Salah satu kekurangan penggunaan metode *Servqual* dalam mengukur kepuasan pelanggan adalah bahwa kepuasan pelanggan tidak meningkat secara linear dengan pemberian layanan. Oleh karena itu, agar penyedia layanan PLN Bulukumba dapat mengatasi masalah ini, perlu menggabungkan model Kano dengan metode *servqual*. Model Kano berperan penting dalam mengategorikan kinerja suatu layanan (Hartono, 2012). dan memprioritaskan *service gaps* untuk menentukan atribut layanan yang memerlukan perhatian lebih (Baki et al., 2009), serta mengetahui dan mengklasifikasikan hubungan antara kepuasan pengguna layanan dengan pemberian layanan (Baki et al., 2009). Terdapat enam atribut dari pengkategorian model Kano yaitu atribut *Attractive* [A], *One- Dimensional* [O], *Must-Be* [M], *Questionable* [Q], *Indifferent* [I], dan *Reverse* [R].

Oleh karena itu dilakukan analisis kualitas pelayanan dengan metode *Servqual* dan Kano untuk menjadi dasar untuk perbaikan dan penyempurnaan pelayanan dimasa yang akan datang untuk mencapai kepuasan pelanggan karena kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor keberhasilan dari setiap bisnis jasa apapun.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana ekspektasi dan persepsi pelanggan atas kualitas layanan pada PT PLN (Persero) Bulukumba?
2. Bagaimana prioritas perbaikan kualitas layanan pada PT PLN (Persero) Bulukumba dengan metode Kano?
3. Bagaimana rekomendasi perbaikan yang bisa dilakukan PLN Bulukumba untuk meningkatkan kualitas pelayanannya?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis ekspektasi dan persepsi pelanggan atas kualitas layanan pada PT PLN (Persero) Bulukumba.
2. Mengusulkan prioritas perbaikan kualitas layanan pada PT PLN (Persero) Bulukumba dengan metode Kano.
3. Memberikan rekomendasi perbaikan yang bisa dilakukan PLN Bulukumba untuk meningkatkan kualitas pelayanannya.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Bagi perusahaan perusahaan dapat mengetahui tingkat kualitas pelayanan jasa. Dari hasil tersebut bisa dianalisis rekomendasi perbaikan agar perusahaan dapat meningkatkan kualitas pelayanan jasa.
2. Bagi perguruan tinggi Hasil penelitian dapat digunakan sebagai rujukan dan referensi bagi pengembangan ilmu pengetahuan Teknik Industri khususnya dalam bidang manajemen kualitas.
3. Bagi penulis Memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi Strata 1 pada Departemen Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin serta menambah wawasan dan untuk meningkatkan kompetensi serta kecerdasan intelektual.

1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian dilakukan di PLN Bulukumba.
2. Penelitian difokuskan pada pelanggan yang menggunakan PLN Prabayar
3. Penelitian ini menggunakan data dari *call center* dan PLN Bulukumba

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori-teori dan konsep yang relevan dengan penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini memuat uraian tentang metode dan langkah- langkah penelitian secara operasional yang menyangkut objek dan lokasi penelitian, sumber data, dan teknik pengumpulan data..

BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini memuat analisis dan pembahasannya yang diorganisasikan sesuai dengan topik-topik tertentu dalam cakupan fokus penelitian.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan, saran, dan keterbatasan penelitian.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kualitas Layanan

Menurut Lupiyoadi (2001) dalam penelitian Razak dkk., (2017) dijelaskan bahwa definisi kualitas layanan (*service quality*) merupakan keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari kemampuan sebuah produk ataupun jasa dalam hal untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan. Kualitas pelayanan berfokus kepada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Terdapat beberapa faktor menjadi alasan utama yang dapat mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu persepsi dan ekspektasi. Lupiyoadi dkk., (2001) dalam Fathimah (2017) mengungkapkan bahwa ada terdapat 5 (lima) dimensi *Service Quality* :

1. *Tangibles* (bukti fisik) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.
2. *Reliability* (kehandalan) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.
3. *Responsiveness* (ketanggapan) yaitu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.

4. *Assurance* (jaminan dan kepastian) yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun.
5. *Empathy* (empati) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu untuk pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

2.2 *Servqual*

Service quality dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang diterima. *Service quality* dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas layanan dengan layanan yang benar-benar mereka terima (Soetjipto, 1997). Dalam konteks model kualitas pelayanan publik ini menjelaskan gap-gap yang dapat mewujudkan pelayanan yang baik.

Menurut Wijaya (2011), *Servqual* juga menganalisis model *gap*, yaitu perbedaan penilaian antara ekspektasi dan persepsi pelanggan yang ditunjukkan pada rumus berikut:

$$Q = P (\textit{Perceived service}) - E (\textit{Expected service})$$

Keterangan:

Q : Kualitas Pelayanan (*Quality of Service*) / *Gap*

P : *Perceived service* atau persepsi aktual akan atribut layanan

E : *Expected service* atau harapan akan atribut layanan.

Setelah mendapatkan hasil perhitungan *gap* antara persepsi dan harapan, maka dapat ditentukan tingkat atau skor kepuasan dengan rumus dibawah ini dalam Hartono (2016).

$$\text{Skor Kepuasan} = \text{Tingkat Kepentingan} \times (\text{Tingkat Persepsi} - \text{Tingkat Harapan})$$

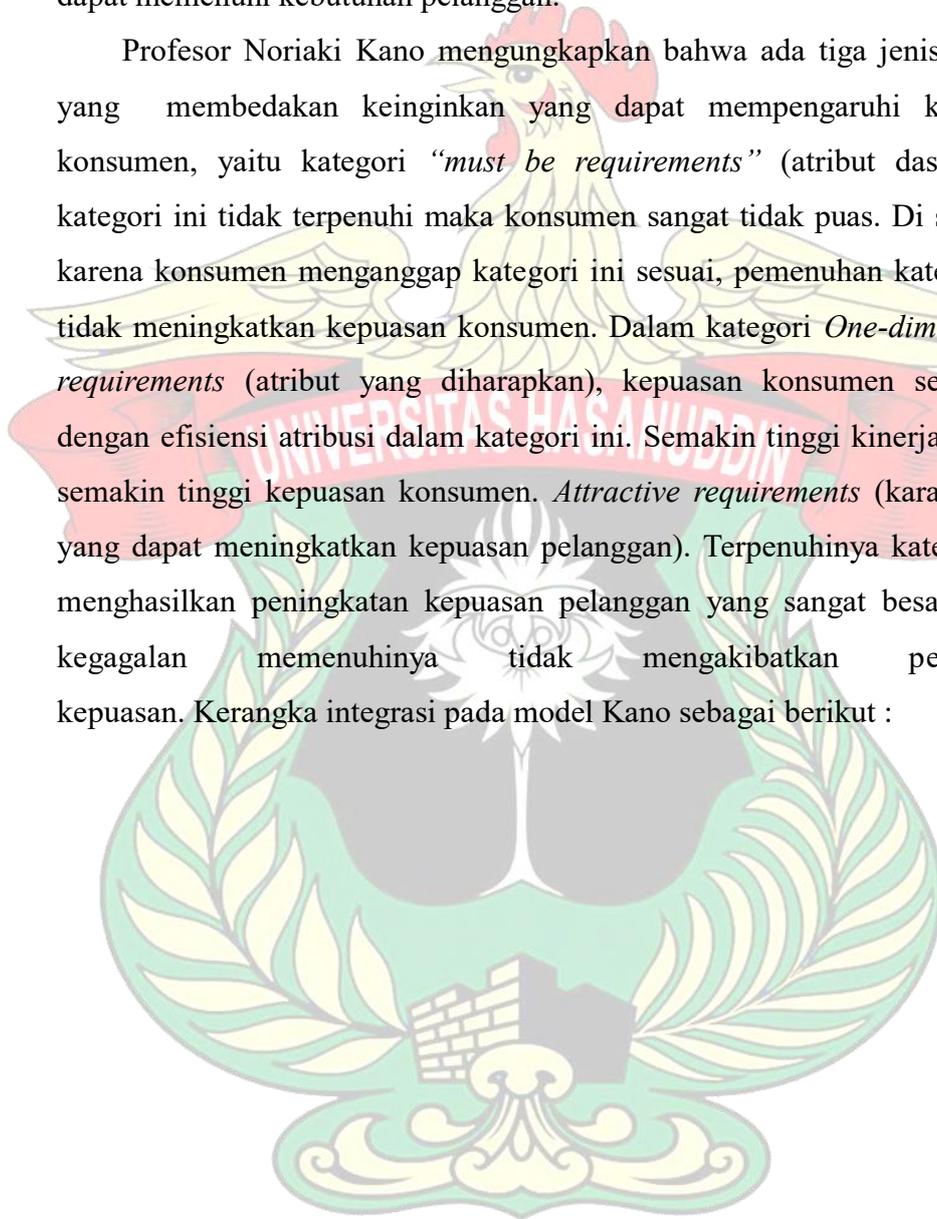
Menurut Parasuraman et al. (1998), dalam Servqual terdapat lima gap atau kesenjangan yang sering terjadi dalam perusahaan sehingga perusahaan gagal memberikan layanan yang memuaskan kepada pelanggan. Kesenjangan tersebut antara lain:

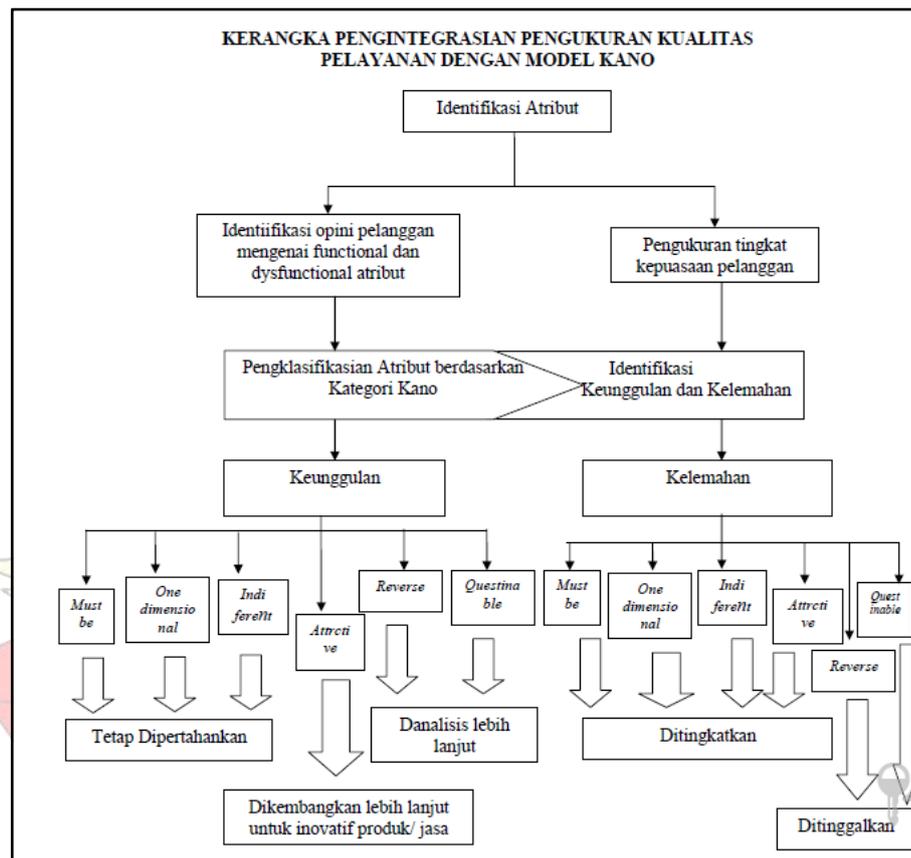
1. *Gap 1*: Adanya perbedaan terhadap harapan pelanggan dan persepsi manajemen karena manajemen kurang memahami apa yang diharapkan oleh konsumen. Manajemen tidak bisa merasakan dengan tepat apa yang sebenarnya diinginkan oleh pelanggan.
2. *Gap 2*: Adanya perbedaan atau kesenjangan antara persepsi manajemen dengan spesifikasi pelayanan yang diberikan. Hal ini disebabkan ketika harapan pelanggan yang dirasakan oleh manajemen berbeda dengan spesifikasi kualitas layanan yang diberikan.
3. *Gap 3*: Adanya perbedaan antara spesifikasi kualitas layanan dengan pelaksanaan layanan yang diberikan. Walaupun telah diberikan petunjuk dan spesifikasi dalam menyampaikan pelayanan yang baik, namun dikarenakan kinerja pegawai yang buruk sehingga terjadilah kesenjangan ini.
4. *Gap 4*: Adanya perbedaan antara penyampaian layanan dan komunikasi eksternal. Harapan pelanggan terbentuk karena janji dari penyedia layanan. Kesenjangan ini mengukur konsistensi antara *image* kualitas layanan dalam aktivitas promosi dengan kualitas layanan yang diberikan sebenarnya.
5. *Gap 5*: Kesenjangan antara layanan aktual yang dirasakan dengan layanan yang diharapkan oleh konsumen. Kesenjangan ini muncul ketika satu atau lebih kesenjangan pada *gap* sebelumnya telah terjadi.

2.3 Model Kano

Dalam Tan et al. (2001) model Kano dikembangkan oleh Profesor. Noriaki Kano adalah model yang bertujuan untuk mengklasifikasikan karakteristik produk atau jasa menurut seberapa baik produk atau jasa tersebut dapat memenuhi kebutuhan pelanggan.

Profesor Noriaki Kano mengungkapkan bahwa ada tiga jenis produk yang membedakan keinginan yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, yaitu kategori "*must be requirements*" (atribut dasar) Jika kategori ini tidak terpenuhi maka konsumen sangat tidak puas. Di sisi lain, karena konsumen menganggap kategori ini sesuai, pemenuhan kategori ini tidak meningkatkan kepuasan konsumen. Dalam kategori *One-dimensional requirements* (atribut yang diharapkan), kepuasan konsumen sebanding dengan efisiensi atribusi dalam kategori ini. Semakin tinggi kinerja atribut, semakin tinggi kepuasan konsumen. *Attractive requirements* (karakteristik yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan). Terpenuhinya kategori ini menghasilkan peningkatan kepuasan pelanggan yang sangat besar, tetapi kegagalan memenuhinya tidak mengakibatkan penurunan kepuasan. Kerangka integrasi pada model Kano sebagai berikut :





Gambar 2 Kerangka Integrasi Model Kano

Sumber : (Tan & Pawitra, 2001)

Menyusun kuesioner Kano, diperlukan atribut layanan disusun sebagai pernyataan yang bersifat positif dan pernyataan negatif agar dapat memberikan efek yang diberikan pada layanan jika telah diketahui kepuasan pelanggan atau responden. Setelah itu, tanggapan atau hasil kuesioner tersebut dipadukan dengan tabel rating di bawah ini yang memuat tingkatan 3 jenis atribut pelayanan yaitu *Attractive* (A), *One-Dimensional* (O), dan *Must-Be* (M) dan juga respon konsumen seperti *Indifferent* (I), *Reverse* (R), dan *Questionable* (Q) agar diketahui klasifikasi atribut layanan.

Tabel 2 Model Kano

Kebutuhan Konsumen	Disfungsional				
	Suka	Seharusnya	Netral	Dapat di Toleransi	Tidak Suka
Suka	Q	A	A	A	O
Seharusnya	R	I	I	I	M
Netral	R	I	I	I	M
Fungsional	Dapat Ditoleransi	R	I	I	M
	Tidak Suka	R	R	R	Q

Berikut adalah keterangan kategori yang terdapat pada tabel diatas, yaitu :

1. A = *Attractive*

Menggambarkan akan adanya peningkatan konsumen jika produk tersebut berfungsi lebih baik dari biasanya, tetapi kepuasannya tidak akan menurun jika produk tidak berfungsi lebih baik dari fungsi biasanya.

2. M = *Must-be*

Menggambarkan semakin suatu produk tidak berfungsi dengan semestinya, maka kepuasan konsumen akan semakin menurun, tetapi kepuasan konsumen tidak akan meningkat walaupun produk tersebut berfungsi dengan sangat baik.

3. O = *One-dimensional*

Menggambarkan kepuasan konsumen akan meningkat jika sebuah produk semakin berfungsi dengan baik, dan sebaliknya kepuasan konsumen akan menurun jika sebuah produk tidak berfungsi dengan semestinya.

4. I = *Indifferent*

Kepuasan konsumen tidak dipengaruhi oleh sifat produk yang fungsional atau tidak fungsional. Sebagai contoh, ada atau tidaknya fasilitas *converter* tidak akan mempengaruhi kepuasan konsumen. Indifferent pada gambar 1 biasanya diplotkan di sepanjang sumbu x (horisontal).

5. R = *Reverse*

Reverse adalah penetapan dari perusahaan terbalik dengan apa yang dirasakan oleh konsumen.

6. Q = *Questionable*

Sedangkan *questionable* adalah jawaban dari konsumen (responden) tidak jelas atau kurang sesuai dengan pertanyaan yang ada.

Peran setiap elemen atau atribut pelayanan mempengaruhi kepuasan sehingga harus diukur dengan nilai *better* dan *worse*. Nilai *better* diperoleh dengan menjumlahkan atribut A dan O dan membaginya dengan total nilai yang sesuai dari A, O, M dan I. Nilai *worse* diperoleh dengan menjumlahkan atribut O dan M kemudian membaginya dengan total dari atribut yang sesuai A, O, M, dan I. Nilai *better* menunjukkan seberapa besar peningkatan kepuasan pelanggan dengan adanya atribut layanan dengan tanda positif, dan *worse* menunjukkan seberapa besar penurunan kepuasan pelanggan tanpa adanya atribut layanan. Tanda positif ditunjukkan dengan tanda positif (Hartono et al., 2018).

2.4 Ketepatan Alat Ukur

2.4.1 Uji Validitas

Menurut Arikunto (2006), validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan suatu kuesioner. Suatu kuesioner yang kurang valid berarti validitasnya rendah. Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam suatu mengukur apa yang diukur. Langkah dalam melakukan uji validitas yaitu sebagai berikut :

H0 = Indikator pertanyaan merupakan indikator yang valid.

H1 = Indikator pertanyaan merupakan indikator yang tidak valid.

H0 ditolak apabila nilai r hitung < rtabel. Rumus r yang digunakan adalah yang dikemukakan oleh pearson, yang dikenal dengan rumus korelasi pearson yaitu sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\Sigma XY}{\sqrt{[N(\Sigma X^2) - (\Sigma X)^2][N(\Sigma Y^2) - (\Sigma Y)^2]}}$$

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi pearson

N	= jumlah subjek uji coba
ΣX	= jumlah skor butir
ΣY	= skor total

Selanjutnya angka korelasi yang diperoleh dibandingkan dengan angka kritik tabel korelasi nilai r_{tabel} . Apabila r hitung nilainya di atas angka taraf nyata 5% maka pernyataan tersebut valid, dan sebaliknya apabila r hitung nilainya di bawah angka taraf nyata 5% maka pernyataan tersebut tidak valid. Apabila suatu kuesioner tidak valid maka sebaiknya pertanyaan tersebut tidak digunakan, ini dalam asumsi hanya beberapa pertanyaan dalam kuesioner yang tidak valid, misalkan satu atau dua dari sekian pertanyaan. Jika kuesioner yang tidak valid sebanyak lebih dari 50% maka lebih baik di *review* ulang pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner.

2.4.2 Uji Reliabilitas

Menurut Arikunto (2006), reliabilitas menunjuk pada pengertian bahwa suatu kuesioner cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data tersebut sudah baik. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur konsistensi alat ukur yang digunakan pada penelitian kuantitatif.

Sebuah kuesioner dikatakan reliabel atau dapat diandalkan apabila jawaban seseorang terhadap pertanyaan tetap stabil atau konsisten dari waktu ke waktu. Dalam pengujian untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya bukan 1 dan 0 Perhitungan dengan metode *Cronbach's Alpha* diterima jika nilai reliabilitas yang didapat > 0,5. Berikut adalah rumus untuk mencari nilai realibilitas :

$$a = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right)$$

Keterangan:

a = Nilai reliabilitas

K = Jumlah item

Σs_i = Jumlah varians skor tiap-tiap item

s_t = Varians total

2.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu sebagai bahan referensi atas permasalahan dan metode yang digunakan dalam penelitian ini. Berikut merupakan beberapa penelitian terdahulu terkait dengan *service quality* dan Kano.

Tabel 3 Penelitian terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Tahun Penelitian
1.	S. Achchuthan , N. Sivathaasan & J. M. R. S. Jayasundara	<i>Service Quality Dimensions of Electricity Services: Evidence from Electricity Board in Sri Lanka</i>	<i>Servqual</i>	Penelitian ini memaparkan hasil kajian yang dilakukan terhadap dimensi model kualitas pelayanan ketenagalistrikan layanan yang disediakan oleh Sri Lanka. Sebanyak 22 pernyataan atau item yang ada dipertimbangkan dalam kuesioner. Untuk membangun kuesioner, model SERVQUAL diusulkan, digunakan sebagai panduan utama. Analisis faktor eksplorasi digunakan untuk mengidentifikasi dimensi kualitas layanan dan setelah analisis faktor yang kedua kali dijalankan; lima faktor atau dimensi tersebut diidentifikasi dengan 21 variabel kunci.	2014
2.	Yuli Astuti , Yova Ruldeviyani, Faris Salbari	<i>Sentiment Analysis of Electricity Company Service</i>	<i>Servqual</i> dan <i>naïve bayes</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Naïve Bayes cukup baik digunakan untuk label binomial (positif dan negatif) dengan akurasi	2023

, Aldiansah Prayogi	<i>Quality Using Naïve Bayes</i>	73%. Namun untuk dimensi kualitas pelayanan akurasinya sebesar 45%. bahasa Indonesia kumpulan data bahasa cukup sulit untuk diproses karena bahasa yang tidak baku, kata-kata asing, variasi bahasa yang bercampur, dan singkatan. Penentuan kebenaran dasar atau pelabelan manual memerlukan konsistensi dan personel yang terampil untuk menentukannya konteks data teks untuk mendapatkan model dengan kinerja optimal.	2022	
3. Wilfrid Sahat P Siregar , Mahrinasari, Dorothy R Panjaitan	<i>The Influence of Service Quality Level and Company Image Using Smart Electricity Based on Household Segmen</i>	<i>Servqual</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan citra perusahaan. Kualitas pelayanan yang meliputi variabel bukti fisik, daya tanggap, jaminan berpengaruh signifikan langsung terhadap kepuasan pelanggan sedangkan keandalan dan empati tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan pada variabel jaminan berpengaruh signifikan langsung terhadap citra perusahaan	2022
4. Kartini Nelviasari	<i>Comparative Study of Service Quality Levels for</i>	<i>Servqual</i>	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei	2022

	<i>Smart Electricity Customers (Prepaid) and Conventional Electricity Customers (Postpaid) at PT PLN Bengkulu</i>		deskriptif komparatif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat pengguna layanan listrik Prabayar dan masyarakat pengguna layanan listrik pascabayar. Bahwa tidak terdapat perbedaan tingkat kepuasan pelanggan pengguna Jasa Listrik Prabayar dengan pengguna jasa Listrik Pascabayar di PT PLN Bengkulu. (Studi Kasus Pelanggan PT PLN di Kabupaten Bengkulu). Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan pada Pelanggan Listrik Prabayar lebih tinggi dibandingkan dengan kualitas pelayanan Listrik Pascabayar.		
5.	A. Shodiya Olayinka, O. Ojenike Joseph, O. Jolaosho Surajudeen a & T. Adebayo Adeyinka	<i>Service Quality and Customer Satisfaction of Electricity Distribution Company: A Study of Olumo Business Hub, Abeokuta, Ogun State</i>	<i>Servqual</i> , dan <i>SEM</i>	Temuan dari penelitian menunjukkan bahwa jaminan IBEDC tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di pusat bisnis Olumo, Abeokuta yang menyiratkan bahwa pengetahuan dan kesopanan staf IBEDC untuk menyampaikan kepercayaan dan keyakinan adalah sangat buruk	2018

Berdasarkan penelitian terdahulu, terdapat persamaan dengan penelitian ini, yaitu pada penggunaan metode analisis kualitasnya. Dalam menganalisis kualitas pelayanan, penelitian terdahulu juga menggunakan metode *Servqual*. Walaupun sudah menggunakan metode tersebut, namun penelitian terdahulu

mengintegrasikannya dengan metode *Structural Equation Modelling* (SEM). Dengan mengintegrasikan metode *Servqual* dan metode SEM, penelitian hanya berfokus pada hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Sedangkan pada penelitian ini mengintegrasikan metode *Servqual* dengan model kano yang memberikan urutan prioritas perbaikan kualitas sesuai dengan kategori model kano. Hasil penelitian ini akan menjadi panduan untuk membantu PLN Bulukumba dalam mengidentifikasi layanan yang membutuhkan perbaikan serta urutan prioritas perbaikannya.

