

Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harapan Pelanggan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. PLN (Persero)

Eva Puspita Damayanti¹, Aswin Naldi Sahim², Irawan R.D Budianto³

Universitas Mitra Bangsa, Indonesia

E-mail Korespondensi : evapuspitad@gmail.com

Submitted: 25th Nov 2025 | **Edited:** 17th Dec 2025 | **Issued:** 01st January 2026

Cited on: Damayanti, E. P., Sahim, A. N., & Budianto, I. R. D. (2026). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harapan Pelanggan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. PLN (Persero). *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 6(1), 241-249.

ABSTRACT

This study examines PT. PLN (Persero) customer satisfaction concerns that are still impacted by inconsistent service quality, unfulfilled consumer expectations, and varying degrees of trust. The purpose of the study is to examine how customer happiness is impacted by service quality, customer expectations, and trust, both separately and collectively. Descriptive and associative design were used in a quantitative approach. 10,378 PT. PLN (Persero) clients made up the population, and the Slovin algorithm was used to select a sample of 100 responses. Structured questionnaires and observations were used to gather the data, which were then subjected to multiple linear regression analysis using SPSS version 24 with the use of traditional assumption testing. The findings show that customer happiness is significantly impacted by service quality, customer expectations, and trust. Simultaneously, these three variables contribute meaningfully to explaining variations in customer satisfaction, although other factors beyond the research model also play a role. The findings highlight the importance of improving service consistency, aligning services with customer expectations, and strengthening customer trust to enhance overall satisfaction. This study provides empirical evidence that can support managerial decision-making in improving service performance at PT. PLN (Persero).

Keywords: Service Quality, Customer Expectations, Trust, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi dan transformasi digital, bisnis harus terus meningkatkan kualitas layanan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan yang semakin berubah. Dengan persaingan yang semakin ketat dan kemudahan akses ke informasi, pelanggan meningkatkan harapan terhadap kualitas layanan yang diterima. Keberhasilan perusahaan sangat ditentukan oleh kepuasan pelanggan, yang berkorelasi langsung dengan citra perusahaan, kepercayaan publik, dan hubungan jangka panjang (Kotler & Keller, 2022; Tjiptono, 2021).

BUMN memiliki peran strategis dalam menyediakan layanan publik yang berkaitan langsung dengan kebutuhan dasar masyarakat di Indonesia. BUMN tidak

hanya harus berfokus pada kinerja finansial, tetapi juga pada pelayanan yang diberikan dan kepuasan umum sebagai entitas yang dikelola pemerintah. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan menjadi keharusan bagi BUMN guna menjaga kepercayaan publik serta menciptakan pelayanan yang adil dan merata (Kasmir, 2020).

PT. PLN (Persero) adalah salah satu BUMN yang bertanggung jawab atas penyediaan tenaga listrik di negara ini. Kualitas layanan listrik sangat penting untuk tingkat kepuasan pelanggan karena listrik menjadi kebutuhan utama bagi aktivitas rumah tangga, industri, dan sektor jasa. Menurut Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2009 tentang Ketenagalistrikan, penyediaan tenaga listrik harus dilakukan secara aman, berkelanjutan, dan berorientasi pada kepentingan masyarakat. Oleh karena itu, gangguan layanan, keterlambatan proses, atau ketidaksesuaian informasi dapat menyebabkan pelanggan tidak puas dan kehilangan kepercayaan.

Data kepuasan pelanggan PT. PLN (Persero) menunjukkan peningkatan dalam beberapa tahun terakhir. Namun, masih ada beberapa keluhan tentang pemadaman listrik, keterlambatan layanan, dan ketidakjelasan informasi tentang tarif dan prosedur layanan. Kondisi ini menunjukkan bahwa peningkatan kepuasan pelanggan tidak hanya ditentukan oleh hasil akhir layanan, tetapi juga oleh persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan, kesesuaian layanan dengan harapan, serta tingkat kepercayaan terhadap perusahaan (Parasuraman et al., 2020).

Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan yang sesuai atau melebihi harapan pelanggan. Pelayanan yang konsisten, responsif, dan andal akan membentuk persepsi positif dan meningkatkan kepuasan pelanggan (Tjiptono, 2021). Namun, kualitas pelayanan saja tidak mencukupi apabila harapan pelanggan tidak dipenuhi. Harapan pelanggan berasal dari pengalaman pelanggan sebelumnya, informasi yang diterima, dan janji layanan perusahaan. Ketidaksesuaian antara harapan dan realisasi layanan dapat menimbulkan ketidakpuasan, meskipun secara teknis layanan telah diberikan (Dinar, 2022).

Kepercayaan adalah kunci dalam membangun hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggan, selain kualitas layanan dan harapan pelanggan. Kepercayaan adalah bukti keyakinan pelanggan terhadap kemampuan, integritas, dan ketekunan perusahaan dalam memenuhi janji layanan mereka. Dalam konteks layanan publik seperti PLN, kepercayaan pelanggan sangat dipengaruhi oleh transparansi informasi,

kejelasan prosedur, serta kepastian waktu penyelesaian layanan dan gangguan (Chang et al., 2021).

Studi sebelumnya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harapan pelanggan, dan kepercayaan sangat memengaruhi kepuasan pelanggan. Namun, sebagian besar penelitian belum memeriksa ketiga faktor tersebut secara bersamaan dalam konteks BUMN penyedia layanan ketenagalistrikan, dan masih berfokus pada sektor jasa komersial atau layanan tertentu. Oleh karena itu, dengan mengintegrasikan kualitas pelayanan, harapan pelanggan, dan kepercayaan dalam satu model penelitian pada PT. PLN (Persero), penelitian ini memiliki kontribusi empiris.

Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana kualitas pelayanan, harapan pelanggan, dan kepercayaan pelanggan berdampak pada kepuasan pelanggan PT. PLN (Persero) secara parsial dan simultan. Diharapkan hasil penelitian akan memberikan dasar teoritis untuk pengembangan penelitian manajemen layanan dan membantu PT. PLN (Persero) membuat strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan secara berkelanjutan.

LANDASAN TEORI

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah kondisi psikologis yang muncul setelah pelanggan membandingkan kinerja layanan yang sebenarnya dengan harapan sebelumnya. Kepuasan pelanggan tidak hanya ditentukan oleh hasil akhir layanan, tetapi juga bagaimana orang berinteraksi dengan mereka selama layanan diberikan. Pelanggan yang merasa puas cenderung memiliki persepsi positif terhadap perusahaan serta menunjukkan sikap toleransi yang lebih tinggi terhadap kekurangan layanan tertentu (Riyanto & Tunjungsari, 2020). Dalam konteks layanan publik, kepuasan pelanggan juga berkaitan erat dengan persepsi keadilan, keterbukaan informasi, dan konsistensi pelayanan (Hadita & Adiguna, 2020).

Harapan Pelanggan

Kemampuan penyedia jasa untuk memberikan layanan yang sesuai dengan standar yang diharapkan pelanggan disebut sebagai kualitas pelayanan. Konsep kualitas pelayanan berfokus pada hal-hal seperti keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Pelayanan yang berkualitas akan menciptakan pengalaman positif yang

berkelanjutan bagi pelanggan (Lupiyoadi, 2021). Dalam layanan ketenagalistrikan, kualitas pelayanan tidak hanya mencakup kontinuitas pasokan listrik, tetapi juga kecepatan penanganan gangguan, ketepatan informasi, dan sikap petugas layanan (Siskawati & Rahman, 2019).

Kepercayaan Pelanggan

Kepercayaan pelanggan adalah bukti bahwa perusahaan memiliki kompetensi, integritas, dan komitmen yang konsisten untuk memberikan layanan. Kepercayaan membangun melalui pengalaman positif dan komunikasi yang jujur. Kepercayaan sangat penting dalam layanan publik karena konsumen sangat bergantung pada penyedia layanan (Putra & Yasa, 2021). Kepercayaan yang baik membuat pelanggan lebih mudah menerima kebijakan perusahaan dan lebih puas (Suhartanto et al., 2020).

Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan

Studi menunjukkan bahwa tingkat layanan memiliki pengaruh langsung pada tingkat kepuasan pelanggan. Pelayanan yang baik dan responsif akan membuat pelanggan merasa lebih baik tentang nilai layanan dan memenuhi kebutuhan dan harapan mereka (Budianto & Hadita, 2020). Dalam PLN, kepuasan pelanggan jangka panjang sangat bergantung pada kualitas layanan yang konsisten, terutama dalam hal penanganan gangguan dan kejelasan prosedur layanan.

Hubungan Kepercayaan dengan Kepuasan Pelanggan

Kepercayaan pelanggan adalah bukti bahwa perusahaan memiliki kompetensi, integritas, dan komitmen yang konsisten untuk memberikan layanan. Kepercayaan membangun melalui pengalaman positif dan komunikasi yang jujur. Dalam layanan publik, kepercayaan menjadi faktor krusial karena pelanggan memiliki ketergantungan tinggi terhadap penyedia layanan (Putra & Yasa, 2021). Ketika kepercayaan terbentuk dengan baik, pelanggan akan lebih mudah menerima kebijakan perusahaan serta memiliki tingkat kepuasan yang lebih stabil (Suhartanto et al., 2020).

Hubungan Harapan Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan

Harapan pelanggan berperan sebagai tolok ukur utama dalam mengevaluasi kinerja layanan. Ketika perusahaan mampu memenuhi atau melampaui harapan tersebut, kepuasan pelanggan akan meningkat secara signifikan. Sebaliknya, ketidaksesuaian antara harapan dan realisasi layanan akan menurunkan tingkat kepuasan meskipun layanan secara teknis telah diselesaikan (Sari & Nugroho, 2022).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, berjenis deskriptif dan asosiatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2019). Populasi dalam penelitian ini adalah 10.378 orang pelanggan PT. PLN (Persero).

Teknik yang digunakan untuk menentukan ukuran sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik Slovin. Dengan demikian jumlah sampel yang digunakan adalah 100 responden dari pelanggan PT. PLN (Persero).

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis kuantitatif dengan menggunakan statistik. Selanjutnya untuk memperoleh dan mempercepat input data, software statistik digunakan untuk mendukung penelitian ini. Software yang digunakan untuk mendukung penelitian ini adalah program SPSS (Statistical Product and Service Solutions) versi 24.00.

HASIL PENELITIAN

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda melalui program SPSS versi 24. Sebelum pengujian hipotesis, data telah memenuhi asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi, sehingga model regresi dinyatakan layak digunakan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. PLN (Persero). Nilai t hitung sebesar 3,506 lebih besar dibandingkan t tabel sebesar 1,983 pada tingkat signifikansi 0,05. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dinyatakan diterima.

Pengaruh Harapan Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil uji t menunjukkan bahwa harapan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. PLN (Persero). Nilai t hitung sebesar 2,953 lebih

besar dibandingkan t tabel sebesar 1,983. Hasil ini menunjukkan bahwa kesesuaian antara layanan yang diterima dengan harapan pelanggan menjadi faktor penting dalam membentuk kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji parsial, variabel kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai t hitung sebesar 3,235 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,983. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dapat diterima.

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harapan Pelanggan, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harapan pelanggan, dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. PLN (Persero). Nilai F hitung sebesar 15,313 lebih besar dari F tabel sebesar 2,46 dengan tingkat signifikansi 0,000. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,303 menunjukkan bahwa ketiga variabel independen mampu menjelaskan 30,3% variasi kepuasan pelanggan, sedangkan sisanya sebesar 69,7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa layanan yang baik memengaruhi kepuasan pelanggan PT. PLN (Persero). Temuan ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan berkorelasi positif dengan kualitas layanan yang diberikan. Dalam konteks layanan ketenagalistrikan, kualitas pelayanan tidak hanya dinilai dari kontinuitas pasokan listrik, tetapi juga dari kecepatan penanganan gangguan, kejelasan prosedur, serta sikap petugas pelayanan. Hasil ini sejalan dengan penelitian Budianto dan Hadita (2020) serta Lupiyoadi (2021) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan determinan utama kepuasan pelanggan pada sektor jasa.

Pengaruh Harapan Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa harapan pelanggan sangat memengaruhi kepuasan pelanggan. Hasilnya menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh seberapa baik layanan PT. PLN (Persero) memenuhi atau mendekati harapan pelanggan. Pelanggan cenderung memberikan ulasan yang baik ketika layanan

sesuai dengan ekspektasi. Hasil ini mendukung temuan Pratama (2021) dan Sari dan Nugroho (2022) yang menegaskan bahwa ketidaksesuaian antara harapan dan kinerja layanan merupakan sumber utama ketidakpuasan pelanggan.

Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan

Kepercayaan menentukan kepuasan pelanggan PT. PLN (Persero). Konsekuensi pelayanan, transparansi informasi, dan kepastian penyelesaian layanan membentuk kepercayaan pelanggan. Kepercayaan pelanggan sangat penting dalam monopolistik layanan publik. Temuan ini sejalan dengan penelitian Putra dan Yasa (2021) serta Suhartanto et al. (2020) yang menyatakan bahwa kepercayaan memperkuat hubungan antara perusahaan dan pelanggan serta meningkatkan kepuasan secara berkelanjutan.

Pengaruh Simultan Kualitas Pelayanan, Harapan Pelanggan, dan Kepercayaan

Hasil uji simultan menunjukkan bahwa harapan pelanggan, kepercayaan, dan kualitas pelayanan memengaruhi kepuasan pelanggan. Meskipun ada faktor lain yang memengaruhi kepuasan pelanggan, ketiga faktor tersebut jelas merupakan komponen utama, seperti yang ditunjukkan oleh nilai Adjusted R Square sebesar 30,3%. Hasilnya menunjukkan bahwa peningkatan kepuasan pelanggan PT. PLN (Persero) harus dilakukan secara terpadu dengan memperhatikan kualitas layanan, mengelola harapan pelanggan, dan terus membangun kepercayaan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harapan pelanggan, dan kepercayaan sangat memengaruhi kepuasan pelanggan PT. PLN (Persero). Terbukti bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh semua variabel, yang menunjukkan bahwa persepsi pelanggan terhadap layanan tidak hanya ditentukan oleh hasil akhir, tetapi juga oleh proses, konsistensi, dan kesesuaian dengan harapan pelanggan.

Faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan adalah kualitas layanan, terutama dalam hal keandalan layanan, ketanggapan petugas, dan kejelasan prosedur layanan. Hasilnya menunjukkan bahwa peningkatan pelayanan yang berkelanjutan akan berdampak positif pada persepsi pelanggan PT. PLN (Persero). Selain itu, harapan pelanggan berperan sebagai tolok ukur utama dalam menilai kinerja layanan, sehingga kesesuaian antara janji layanan dan realisasi di lapangan menjadi aspek yang perlu diperhatikan secara serius oleh perusahaan.

Kepercayaan pelanggan terbukti berperan besar dalam tingkat kepuasan pelanggan. Kepercayaan pelanggan sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan, transparansi informasi, dan kepastian penyelesaian layanan. Pelanggan lebih cenderung memberikan ulasan yang lebih baik tentang layanan yang mereka terima ketika mereka dipercaya.

Kualitas pelayanan, harapan pelanggan, dan kepercayaan semuanya dapat memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan PT. PLN (Persero). Namun, ada faktor lain di luar model penelitian yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, penelitian ini menekankan penggunaan pendekatan yang terintegrasi dalam pengelolaan layanan dengan mempertimbangkan peningkatan kualitas layanan, pengendalian harapan pelanggan, dan penguatan kepercayaan secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, A. (2021). *Manajemen pelayanan: Konsep dan aplikasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Budianto, I. R. D., & Hadita, I. (2020). Relationship between service quality and revisit intention of museum travelers in Jakarta: Mediation effect of visitor satisfaction. *International Journal of Social Science, Innovation and Educational Technologies*, 1(1), 658-666.
- Chang, T., Herliana, L., & Putra, R. (2021). *Trust in business: A reciprocal approach*. Bandung: Alfabeta.
- Dinar, A. (2022). *Harapan pelanggan: Teori dan aplikasinya dalam bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Hadita, I., & Adiguna, R. (2020). Customer satisfaction and public service performance: An empirical study. *Journal of Public Sector Management*, 5(2), 101-112.
- Hapsari, R., & Setyawan, A. A. (2021). Trust as a determinant of customer satisfaction in public service organizations. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 23(1), 45-56.
- Kasmir. (2020). *Manajemen pelayanan jasa*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing management* (15th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Lupiyoadi, R. (2021). *Manajemen pemasaran jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2020). *Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations*. New York: Free Press.
- Pratama, R. (2021). *Ekspektasi dan realisasi pelanggan: Perspektif layanan jasa*. Yogyakarta: Deepublish.
- Putra, I. G. N. A., & Yasa, N. N. K. (2021). The role of trust in building customer satisfaction and loyalty. *Journal of Business and Management Review*, 2(4), 215-226.
- Riyanto, S., & Tunjungsari, H. K. (2020). *Kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen*. Surabaya: Universitas Airlangga Press.

- Sari, D. P., & Nugroho, A. (2022). Customer expectations and satisfaction in service-based organizations. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(2), 134-145.
- Siskawati, & Rahman. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan inovasi terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) Area Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(1), 89-98.
- Subawa, K. A., & Telagawathi, N. L. W. S. (2021). Pengaruh harapan pelanggan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM Kabupaten Buleleng. *Jurnal Manajemen*, 7(1), 45-56.
- Suhartanto, D., Dean, D., Sosianika, A., & Suhaeni, T. (2020). Customer trust and satisfaction in service industries. *International Journal of Business Excellence*, 21(1), 1-15.
- Tjiptono, F. (2021). *Manajemen jasa dan kepuasan pelanggan*. Yogyakarta: Andi.
- Widodo, T., & Sutopo, J. (2020). Managing customer expectations in public service delivery. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1), 57-68.