

## **PENGARUH KUALITAS LAYANAN LISTRIK PRABAYAR TERHADAP WORD OF MOUTH DI KECAMATAN TANJUNGPINANG TIMUR KOTA TANJUNGPINANG**

Zulhendri<sup>1</sup>, Imam Yudhi Prastya<sup>2</sup>, Ramadhani Setiawan<sup>3</sup>

Zulhendrien@gmail.com

Program Studi Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas  
Maritim Raja Ali Haji

### **Abstract**

*This study discusses the influence of Prepaid Electricity service quality on Word of Mouth, Tanjungpinang Timur District, Tanjungpinang City. The purpose of this study was to determine the effect of Prepaid Electricity service quality on Word of Mouth, Tanjungpinang Timur District, Tanjungpinang City. This type of research is quantitative with an associative approach. The techniques used for data collection in this study were questionnaires and observations. Data is collected by using purposive sampling method with a total sampling of 100 respondents. The data analysis technique used in this study is a simple regression technique by testing hypotheses that are processed with SPSS version 26. The results of this study indicate that there is an influence between service quality on word of mouth in Tanjungpinang Timur District, Tanjungpinang City. This is evidenced from the results based on a significant value of service quality that is 0.001 where this value is smaller than 0.1. Based on these values it can be concluded that  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted. From the results of the coefficient of determination ( $R$ ) it was found that the effect of positive service quality on word of mouth was 0.105 or 10.5%. This proves that the effect of positive public service quality with word of mouth is in accordance with the coefficient interval of 0.00 to 0.199 which is included in the very low category. And the remaining 89.5% is influenced by other factors not examined in the study but can be examined by other researchers as a reference for further research.*

**Key Word: Quality Service , Word of Mouth, Prepaid Electricity Service**

### **I. Pendahuluan**

Dewasa ini, kita ketahui bersama bahwa kita kini berada pada era globalisasi, era globalisasi ditandai dengan kemajuan di bidang teknologi komunikasi, transportasi dan informasi yang sedemikian cepat, yang mana di era ini listrik merupakan kebutuhan yang sangat vital dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat. Mulai dari peralatan rumah tangga hingga peralatan industri dalam memproduksi barang atau memberikan jasa guna menggerakkan perekonomian. Untuk memenuhi kebutuhan akan listrik, di Indonesia listrik dikelola oleh PT.PLN (PERSERO). Sebagai lembaga publik yang memberikan pelayanan publik, tentunya PT.PLN (Persero) diharapkan dapat memberikan kualitas layanan yang prima

---

<sup>1</sup> Mahasiswa Program Studi Ilmu Administrasi Negara

<sup>2</sup> Dosen Program Studi Ilmu Administrasi Negara FISIP UMRAH

<sup>3</sup> Dosen Program Studi Ilmu Administrasi Negara FISIP UMRAH

yang mana memberikan kemudahan-kemudahan bagi pelanggan yang menerima layanan. Berdasarkan data statistik yang dirilis oleh PLN, ada enam golongan pelanggan yang menikmati aliran listrik antara lain kelompok rumah tangga, kelompok bisnis, kelompok industri, kelompok sosial, kelompok gedung kantor pemerintah dan kelompok penerangan jalan umum. Dari berbagai kelompok tersebut, kelompok terbesar pengguna listrik adalah rumah tangga. Pertumbuhan konsumen rumah tangga setiap tahunnya meningkat rata-rata 3,5 juta pelanggan, diikuti oleh sektor bisnis 140 ribu pelanggan, sektor publik 82 ribu pelanggan, dan sektor industri meningkat rata-rata 2 ribu pelanggan setiap tahunnya.

Adanya peningkatan tersebut yang tidak diimbangi dengan pertumbuhan kapasitas pembangkit berakibat kepada pasokan listrik yang semakin terbatas sehingga menyebabkan terjadinya pemadaman listrik yang tentunya menjadi masalah baik itu bagi masyarakat maupun untuk sektor industri. Kota Tanjungpinang juga tak luput dari permasalahan akan pemadaman listrik. Banyaknya pelanggan yang membutuhkan listrik tidak diimbangi dengan besarnya pasokan listrik, serta masalah operasional yang terjadi di PLN Area Tanjungpinang seperti kerusakan pada jaringan pembangkit yang mengakibatkan terjadinya pemadaman yang sering kali terjadi di Kota Tanjungpinang. Pemko Tanjungpinang sendiri mengakui bahwa listrik menjadi kendala masuknya investor (Warta Kepri, 27 April 2017).

Menurut Muhammad Suhud, Koordinator Energi untuk Program Iklim & Energi, *World Wind Fund for Nature-Indonesia*, “Terbatasnya kapasitas pembangkit listrik yang ada saat ini tentu saja tidak mampu mengikuti laju kebutuhan konsumsi listrik kita, apalagi bila penggunaannya boros. Konsumsi listrik yang boros berdampak pada berkurangnya pasokan listrik sehingga terjadi pemadaman bergilir” (wwf.id). Untuk meminimalisir masalah dan keluhan akan kurangnya pasokan listrik, untuk itu PT.PLN (Persero) membuat sebuah produk inovasi berupa Listrik Pintar atau Listrik Prabayar. Dimana pelanggan harus membayar terlebih dahulu baru dapat menikmati layanan listrik. Program listrik prabayar menurut Sofyan Basir selaku Direktur Utama PLN, penerapan listrik dengan token itu dipercaya bisa mendidik masyarakat untuk hemat energi, tidak sembarang pakai listrik seperti ketika masih bayar listrik di akhir bulan.

Sejak diluncurkan 2008 lalu, cara pembayaran listrik prabayar menjadi salah satu pilihan masyarakat dalam kemudahan pengelolaan pemakaian listrik mereka. Listrik prabayar merupakan cara pembelian dimana pelanggan membayar terlebih dahulu baru kemudian menikmati aliran listrik. Berupa *voucher* isi ulang yang telah tersedia diribuan loket-loket yang tersebar diseluruh Indonesia. Adapun keuntungan bagi pelanggan yang migrasi ke listrik prabayar menurut PT. PLN (Persero), pemakaian listrik lebih terkendali, tanpa ada sanksi denda pemutusan, tanpa dikenai denda keterlambatan, tanpa ada pencatatan meter, pembelian disesuaikan kemampuan, tidak ada batas masa aktif (aktif selama kWh masih tersisa), privasi tidak terganggu, tidak dikenakan biaya beban bulanan. Lalu listrik prabayar sendiri juga memberikan keuntungan bagi pihak PLN antara lain, pendapatan diterima lebih cepat, tidak ada tunggakan proses bisnis lebih sederhana biaya operasi berkurang, dan image perusahaan membaik karena komplain berkurang (salah catat, salah pemutusan, tuduhan kesengajaan membengkakkan tagihan). Saat ini baik perusahaan, maupun pemerintahan tentunya berfokus pada kepuasan pelanggan atau masyarakat dalam layanan yang mereka berikan. Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler dalam Nasution:2004). Lalu Kotler & Keller (2014) mengatakan, “*Word of Mouth* adalah salah satu dari alat komunikasi pemasaran seperti iklan, penjualan, perseorangan, promosi penjualan dan lainnya, hanya saja WOM ini berbeda dari alat lainnya. Perbedaan utamanya adalah alat-alat lainnya dikelola dan dikontrol oleh perusahaan sementara WOM tidak dapat dikontrol karena merupakan komunikasi antar konsumen yang mendiskusikan kebaikan atau keburukan barang atau jasa yang mereka beli.”

*Word of mouth* pernyataan (secara personal maupun non personal) yang disampaikan oleh orang lain selain organisasi kepada pelanggan (Tjiptono, 2007: 29). *Word of mouth* yang

merupakan komunikasi dari mulut ke mulut antar pelanggan baik dalam bentuk rekomendasi yang positif maupun negatif dianggap lebih dipercaya, dibandingkan dengan berbagai alat promosi lain yang dikontrol perusahaan. WOM menjadi semakin penting karena dapat mempengaruhi keinginan konsumen untuk membeli maupun tidak membeli (Li dalam Eny, Dyah & Heru, 2018). Menurut Bone (1992 : 579) informasi WOM dapat menyalurkan dua jenis informasi, yaitu informasi positif dan informasi negatif tentang produk/jasa perusahaan. *Positive word of mouth* dapat menjadi iklan berjalan dan berbicara bagi suatu perusahaan yang mana menarik pelanggan baru. Hasil survei global yang dilakukan oleh Nielsen mengenai kepercayaan terhadap iklan, sebanyak 89% konsumen Indonesia lebih mempercayai rekomendasi dari teman dan keluarga pada saat memutuskan untuk membeli sebuah produk.

Menurut data sumber dari PLN pada awal tahun 2018 ini, jumlah pelanggan PLN yang telah menggunakan pembayaran listrik Prabayar atau token di wilayah Kepri mencapai 57 persen. Persentase ini setara 136.591 pelanggan, dengan demikian masih terdapat 102.697 pelanggan di Kepri yang belum menggunakan listrik Prabayar (token). Bila dibandingkan dengan jumlah pelanggan yang sudah memakai listrik Prabayar pada awal tahun 2017, yang baru mencapai 48 persen, atau setara dengan 109.233 pelanggan, maka dapat kita lihat keinginan masyarakat untuk migrasi dari listrik pascabayar menjadi Prabayar cukup tinggi. Namun ternyata setelah semua kelebihan yang disampaikan PLN terkait kelebihan listrik Prabayar, ternyata ada pelanggan yang merasa tidak puas. Fatillah warga penyengat mengatakan bahwa “Beli pulsa berapa yang ke isi berapa kadang juga voucher habis”, lalu menurut Kasni pedagang es ia mengeluhkan bahwa listrik dirumahnya cepat habis, lalu dia mengatakan “awalnya saya mau ditukar karna katanya lebih gampang, lebih murah, kalau begini saya mau kementerian biasanya tadi saja” (Tanjungpinang Pos).

Manajer PT PLN Rayon Tanjungpinang Kota, Zul Hardi, mengatakan, sosialisasi penggantian meteran menjadi Prabayar dilaksanakan di dua kawasan di Tanjungpinang. Menurut dia, sosialisasi seperti itu kurang efektif karena membutuhkan energi yang banyak dan waktu yang lama. Karena itu, PLN akan meminta bantuan RT dan RW menyosialisasikan kebijakan tersebut (Kepri.antaranews.com). Pergantian meteran dari pascabayar menjadi Prabayar tentunya akan menjadi lebih efektif ketika PT.PLN (Persero) memberikan pengalaman yang baik kepada pelanggan yang sudah memakai meteran Prabayar dengan begitu pelanggan cenderung akan melakukan *word of mouth* positif dengan merekomendasikan listrik Prabayar kepada pelanggan yang masih memakai listrik pascabayar. Untuk itu, agar konsumen bersedia menyampaikan WOM positif, maka sangat penting agar konsumen puas akan jasa perusahaan dalam hal ini pelanggan listrik Prabayar (Yousapronpaiboon & C. Johnson dalam E Purbandari, 2018).

Untuk mengukur kualitas pelayanan menurut Parasuraman dalam Tjiptono (1997:14) ada 5 dimensi layanan yang harus dipenuhi dalam pelayanan prima, yaitu : *tangible, empathy, responsiveness, reliability, assurance*. Sedangkan dalam *word of mouth communication* terdapat beberapa hal yang dapat digunakan sebagai indikator dalam menentukan apakah *word of mouth* berhasil atau tidak. Menurut Barry Babin dalam *Journal of Service Marketing* Vol. 19 pp 133-139, indikator *Word Of Mouth Communication* adalah membicarakan, merekomendasikan dan mendorong.

Kualitas layanan, kepuasan, dan *word of mouth* tentunya berkaitan erat, yang mana bila pelanggan merasa puas dengan layanan yang diberikan maka pelanggan akan melakukan *word of mouth* positif kepada orang lain. Perusahaan dapat melakukan usaha *word of mouth* positif tentunya dengan memberikan pengalaman yang baik bagi pelanggan dalam hal pelayanan (Goodman, 2005). Perubahan yang terjadi dalam sistem pembayaran listrik yang awalnya dari pascabayar menjadi Prabayar menjadi hal yang menarik untuk melihat bagaimanakah *word of mouth* dalam layanan listrik Prabayar di Kecamatan Tanjungpinang Timur, Kota Tanjungpinang.

## II. Metode Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian asosiatif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2012:11), “penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun hubungan antara dua variabel atau lebih, dan juga dengan penelitian kuantitatif yaitu penelitian dengan memperoleh data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2012:7).

Dalam penelitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Listrik Prabayar terhadap *Word of mouth* di Kecamatan Tanjungpinang Timur, Kota Tanjungpinang, peneliti menggunakan teknik survey melalui penyebaran kuesioner. Menurut Sugiyono (2013:199), “kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atas pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Alat yang digunakan dalam penelitian ini ialah angket. Penyusunan kuesioner dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Kuesioner ini disebar di Kecamatan Tanjungpinang Timur. Adapun Populasi pelanggan listrik prabayar yang terdapat di Kecamatan Tanjungpinang Timur berjumlah 3244 orang dan sampel yang diambil berjumlah 100 orang.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 26, Menurut (Ghozali, 2013:98), Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial (individual). Pada penelitian ini akan dikaji pengaruh kualitas pelayanan terhadap *word of mouth*. Pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikansi 0,1 (10%). Untuk uji parsial ini dilakukan untuk membandingkan  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  dengan ketentuan sebagai berikut:

- $H_0$  diterima jika nilai signifikansi  $> 0,1$  atau  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka tidak terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y.
- $H_a$  diterima jika nilai signifikansi  $< 0,1$  atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y

Lalu dilanjutkan dengan uji koefisien determinasi, Koefisien determinasi ( $R^2$ ) bertujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen untuk mengetahui persentase sumbangan variabel independen (kualitas pelayanan) terhadap variabel dependen (*word of mouth*). Adapun hipotesis yang akan diuji adalah:

$H_a$  : Terdapat pengaruh antara kualitas layanan dengan *word of mouth* di Kecamatan Tanjungpinang Timur.

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh antara kualitas layanan listrik prabayar dengan *word of mouth* di Kecamatan Tanjungpinang Timur.

## III. Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa setelah diuji secara bersama-sama, kualitas pelayanan listrik prabayar terhadap *word of mouth* di Kecamatan Tanjungpinang Timur memiliki pengaruh yang signifikan. Hal ini dapat dilihat berdasarkan tabel dibawah ini:

Tabel 1. Hasil Uji Hipotesis dengan Uji t

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	17,206	2,512		6,850	,000
	TOTAL_X	,197	,058	,324	3,388	,001
a. Dependent Variable: TOTAL_Y						

Berdasarkan hasil dari tabel 4.20 menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $3,388 > 1,661$ . Berdasarkan nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap *word of mouth*. Berdasarkan nilai signifikan kualitas pelayanan yaitu 0,001 dimana nilai ini lebih kecil dari 0,1 sehingga dapat dibuktikan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *word of mouth*.

Tabel 2. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,324 <sup>a</sup>	,105	,096	1,985
a. Predictors: (Constant), TOTAL_X				

Dari hasil tabel diatas dapat diketahui bahwa besarnya R<sup>2</sup> berdasarkan hasil analisis dengan SPSS 26 sebesar 0,105. Jadi  $0,105 \times 100\% = 10,5\%$ . Dengan demikian besarnya pengaruh yang diberikan oleh variabel kualitas pelayanan terhadap *word of mouth* pelanggan listrik Prabayar di Kecamatan Tanjungpinang Timur yaitu sebesar 10,5%. Dari total keseluruhan pengaruh yakni 100%, maka  $100\% - 10,5\% = 89,5\%$ . Jadi sisanya sebesar 89,5% adalah dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian melainkan dapat diteliti oleh peneliti lain sebagai acuan untuk diteliti lebih lanjut.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk bisa mempengaruhi *word of mouth* pelanggan listrik Prabayar, maka pentingnya kualitas pelayanan yang baik diberikan oleh PLN kepada pelanggan agar terciptanya kepuasan pelanggan sehingga terciptanya *word of mouth* yang positif pada pelanggan listrik Prabayar di Kecamatan Tanjungpinang Timur. Karena kualitas pelayanan akan berbanding lurus dengan kepuasan pelanggan dan akan berdampak pada *word of mouth*. Pendapat tersebut didukung dengan hasil penelitian Rizqullah dan Elida (2015), ketika konsumen sudah merasakan kualitas pelayanan yang baik, ramah dan sudah merasakan kepuasan terhadap produk tersebut, maka konsumen tersebut akan membuat pujian yang baik dan menyebarkan berita ini dengan hasil yang positif. (p.114) Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang pernah dilakukan oleh Sudiasa (2011) dengan hasil kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *word of mouth* melalui kepuasan klaimen. Berdasarkan nilai signifikan kualitas pelayanan yaitu 0,001 dimana nilai ini lebih kecil dari 0,1 sehingga dapat dibuktikan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *word of mouth*. Dan hasil penelitian ini juga mendukung penelitian yang dilakukan oleh Palmer (2011) menunjukkan bahwa kepuasan mempengaruhi secara signifikan membentuk *word of mouth* positif atau negatif.

Hasil lainnya dibuktikan dengan kualitas pelayanan listrik Prabayar dalam pentingnya kualitas bukti fisik dari layanan listrik Prabayar itu sendiri yang berupa kWh meter Prabayar yang sudah terpasang di rumah pelanggan merupakan aspek penting dalam kualitas pelayanan. Hal ini dikarenakan kWh meter Prabayar merupakan bukti fisik dari kualitas pelayanan,

tentunya harus memberikan rasa nyaman dan aman saat digunakan oleh pelanggan listrik Prabayar di Kecamatan Tanjungpinang Timur. Rasa aman tentunya sangat penting, karena apabila kWh meter Prabayar yang terpasang tidak aman tentunya memberikan rasa kekhawatiran pada pelanggan dan tidak akan memberikan perasaan nyaman pada pelanggan listrik Prabayar. Lalu pentingnya kualitas pelayanan listrik Prabayar dapat dilihat dalam aspek keandalan seperti pelayanan pengaduan dan penanganan masalah tentunya juga memberikan dampak dalam *word of mouth* antara pelanggan listrik Prabayar terkait dalam hal keandalan PLN itu sendiri dalam memberikan pelayanan. Pelayanan yang baik tentunya harus dapat memberikan respon yang cepat dan juga handal ketika pelanggan memberikan aduan terkait masalah listrik Prabayar yang terjadi di rumah mereka, dan juga PLN sudah semestinya dapat diandalkan dalam menangani masalah yang terjadi terkait listrik Prabayar sehingga memberikan *word of mouth* yang positif bahwa PLN dapat diandalkan dalam pengaduan dan menangani masalah.

Hasil lainnya juga membuktikan bahwa daya tanggap dalam bidang pemberian informasi yang tepat, serta respon keluhan yang cepat, dan kesiapan dalam membantu pelanggan tentunya akan memberikan respon yang positif dalam *word of mouth* yang terjadi antara pelanggan. Itu didukung dengan daya tanggap PLN dalam memberikan layanan dengan merespon secara cepat, tepat, dan efisien sehingga akan memberi kepuasan terhadap pelanggan itu sendiri ketika memberikan keluhan atau membutuhkan bantuan ketika mengalami kesulitan atau masalah., yang mana tentu akan menjadi *word of mouth* yang positif pada pelanggan listrik Prabayar karena menerima tanggapan yang baik. Lalu dalam kualitas pelayanan tentunya sangat penting dalam hal jaminan, dalam hal ini kepastian dalam biaya pengisian token. Biaya tentunya hal yang sangat sensitif dalam suatu pelayanan, karena tentu pelanggan ingin mendapatkan pelayanan dengan biaya yang pasti dan terjamin dengan apa yang mereka bayarkan. Disini PLN bisa memberikan kepastian biaya dalam pengisian token akan sesuai dengan yang terisi. Jadi tidak terjadi biaya yang membengkak atau denda bila pelanggan telat mengisi token karena kepastian biaya tadi hal ini tentunya merupakan keuntungan pelanggan karena menggunakan layanan listrik Prabayar. Terakhir tentunya empati dari PLN terhadap pelanggan listrik Prabayar merupakan hal penting ketika terjadi kesalahan harus meminta maaf pada pelanggan dan mengutamakan kepentingan pelanggan.

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa jika kepuasan pelanggan tinggi maka *word of mouth* yang terjadi antara pelanggan juga akan ikut tinggi, dan kualitas pelayanan yang dihasilkan PLN Kota Tanjungpinang akan mendapatkan nilai tinggi dan sebaliknya apabila kepuasan pelanggan tidak terpenuhi maka yang ditimbulkan adalah ketidakpuasan pelanggan dan *word of mouth* yang terjadi tentunya akan negatif. Semakin rendah tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang dihasilkan maka semakin besar konsumen untuk memberikan *word of mouth* yang negatif tentang PLN Kota Tanjungpinang tersebut. Terbukti bahwa dalam penelitian ini, kualitas pelayanan di PLN Kota Tanjungpinang telah menciptakan kepuasan bagi pelanggan listrik Prabayar dan menciptakan *word of mouth* yang positif antar pelanggannya.

#### IV. Kesimpulan

Sebagai penutup dalam penelitian ini, maka pada penelitian ini kesimpulan yang bisa ditarik dari pengujian hipotesis yang ada dalam penelitian ini. Hasil uji *R square* ditemukan bahwa inovasi pelayanan memiliki pengaruh sebesar 0,105. Hal ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi *word of mouth* sebesar 10,5%. Hal ini membuktikan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap *word of mouth* dalam kategori sangat rendah dan sisanya sebesar 89,5% dipengaruhi variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini. Hasil uji *t* ditemukan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,388 > 1,661$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dan nilai

signifikansi lebih kecil dari 0,1 ( $0,001 < 0,1$ ) berarti terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap *word of mouth*.

Dari hasil ini didapatkan dari jawaban responden mengenai kualitas pelayanan dan *word of mouth* sebagai berikut berdasarkan hasil jawaban responden tentang pertanyaan mengenai variabel kualitas pelayanan dapat disimpulkan bahwa responden menjawab tidak setuju sebesar 0,6 % kurang setuju sebesar 8,4%, setuju sebesar 50,9%, yang menjawab sangat setuju sebesar 40,1%. Dilihat dari jawaban responden jawaban yang terbanyak adalah kategori setuju sebanyak 50,9% maka termasuk dalam kategori Cukup Baik karena berada pada interval 41% - 60%. Dikarenakan menurut responden kualitas pelayanan listrik prabayar yang diberikan PLN Kota Tanjungpinang sudah baik daripada pelayanan yang dulu dan dengan adanya teknologi baru yaitu kWh meter prabayar yang memudahkan pelanggan dari segi fungsi dan biaya serta didukung dengan daya tanggap PLN dalam menangani keluhan dan masalah yang ada. Berdasarkan hasil jawaban responden tentang pertanyaan mengenai variabel *word of mouth* dapat disimpulkan bahwa responden menjawab kurang setuju sebesar 6%, yang menjawab setuju sebesar 63%, yang menjawab sangat setuju sebesar 31%. Dilihat dari jawaban responden jawaban yang terbanyak adalah kategori setuju yaitu 63% maka termasuk dalam kategori Baik karena berada pada interval 61% - 80%. Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan diatas, peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi masukan untuk keberhasilan kedepannya antara lain :

1. Bagi pihak PLN Kota Tanjungpinang diharapkan mempertahankan dan meningkatkan layanan listrik guna menjadi layanan yang memenuhi kebutuhan pelanggan dengan baik.
2. Bagi pihak PLN Kota Tanjungpinang diharapkan melakukan inovasi-inovasi yang lebih baru dengan memanfaatkan teknologi online dengan menyediakan pengaduan online baik itu lewat aplikasi whatsapp atau media sosial lainnya yang ramai digunakan oleh pelanggan seperti Facebook, Instagram dan Twitter.
3. Bagi pihak Kantor Pos harus lebih banyak melakukan sosialisasi seperti mengadakan pertemuan atau pelatihan terhadap pelanggan mengenai layanan teknologi online yang dimiliki PLN Kota Tanjungpinang sehingga inovasi pelayanan yang dilakukan mencapai sasaran dan tujuan yang diinginkan.

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dimasa yang akan datang dapat digunakan sebagai salah satu sumber data untuk penelitian selanjutnya dan dilakukan penelitian lebih lanjut berdasarkan faktor lainnya seperti menggunakan hasil dari *word of mouth* sesuai dengan jurnal *Word of Mouth Association* yang mana menghasilkan *word of mouth* yang positif atau *word of mouth* negatif lalu dilanjutkan dengan melihat variabel loyalitas pelanggan dan variabel yang berbeda dan tetap berhubungan dengan kualitas pelayanan atau *word of mouth*.

## V. Daftar Pustaka

### Sumber dari Buku:

- Fandy, Tjiptono 2007. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta. CV Andi Offset.
- Ghozali Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang. Penerbit : Universitas Diponegoro.
- Nasution 2004. *Total Quality Management*. Jakarta. Penerbit: Ghalia Indonesia
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. 1997. *Prinsip-prinsip Total Quality Service*. Jogjakarta: Andi. Offset.

### Sumber dari Jurnal:

- Babin, Barry J; L,Yong-Kie; Kim,Eun-Fu; dan Griffin, Mitch. 2005. "*Modeling consumer Satisfaction and Word-Of-Mouth : Resturant Patronage Korea.*"*Journal of service Marketing* Vol.19, pp133-139.
- Bone 1992. Determination of word of mouth communication During Product Consumption.
- Paula Fitzgerald Bone (1992) ,"*Determinants of Word-Of-Mouth Communications During Product Consumption*", in NA - Advances in Consumer Research Vol 19, Pages: 579-583.