



**PENGARUH AKTIVITAS *CUSTOMER SERVICE*
TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION*
PERUSAHAAN LISTRIK NEGARA
PT. PLN (PERSERO) AREA CIKOKOL**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu
(S-1) Komunikasi Bidang Studi Public Relations

Disusun Oleh :

Indah Handayani

44206010010

Public Relations

Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

Jakarta

2011



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Judul : Pengaruh Aktivitas *Customer Service* Terhadap *Customer Satisfaction* Perusahaan Listrik Negara PT. PLN (Persero) Area Cikokol
Nama : Indah Handayani
NIM : 44206010010
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jurusan : Public Relations

Jakarta, Maret 2011

Mengetahui,

Pembimbing

(Juwono Tri Atmodjo, S.Sos, M.Si.)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : Pengaruh Aktivitas *Customer Service* Terhadap *Customer Satisfaction* Perusahaan Listrik Negara PT. PLN (Persero) Area Cikokol
Nama : Indah Handayani
NIM : 44206010010
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jurusan : Public Relations

Jakarta, Maret 2011

1. Ketua Sidang

Drs. A. Rahman, M.Si

(.....)

2. Penguji Ahli

Drs. Gufroni Sakaril, MM

(.....)

3. Pembimbing

Juwono Tri Atmodjo, S.Sos, M.Si

(.....)



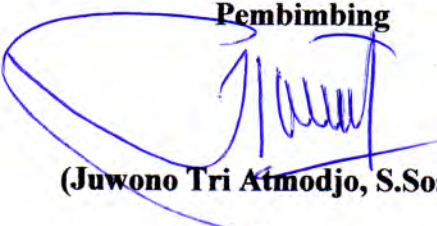
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Aktivitas *Customer Service* Terhadap *Customer Satisfaction* Perusahaan Listrik Negara PT. PLN (Persero) Area Cikokol
Nama : Indah Handayani
NIM : 44206010010
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jurusan : Public Relations

Jakarta, Maret 2011

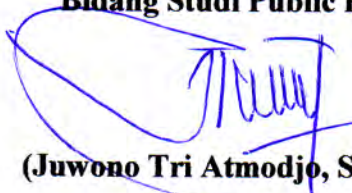
Disetujui dan Diterima Oleh :

Pembimbing

(Juwono Tri Atmodjo, S.Sos, M.Si)

Mengetahui,

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dra. Diah Wardhani, M.Si)

Ketua
Bidang Studi Public Relations

(Juwono Tri Atmodjo, S.Sos, M.Si)



Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Jurusan Public Relations

Indah Handayani

Pengaruh Aktivitas *Customer Service* Terhadap *Customer Satisfaction* Perusahaan Listrik Negara PT. PLN (Persero) Area Cikokol

Jumlah Halaman : 111 + 53 lampiran

Bibliografi : 28 acuan (1989 – 2008)

ABSTRAKSI

Pada dasarnya pelaksanaan kegiatan humas adalah menjalin suatu hubungan yang harmonis serta saling pengertian antara perusahaan dengan publiknya. Kegiatan *customer relations* tersebut direfleksikan pada aktivitas *customer service* Perusahaan Listrik Negara atau biasa disebut PT. PLN (Persero) Area Cikokol dengan memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya kepada pelanggan.

Berdasarkan latar belakang, pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah Sejauh mana pengaruh aktivitas *customer service* terhadap *customer satisfaction* PT. PLN (Persero) Area Cikokol. Adapun konsep pada penelitian ini adalah segala aktivitas *customer service* berfokus pada pelayanan prima berupa *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles* yang dapat mempengaruhi *customer satisfaction* dengan dimensi memahami tuntutan pelanggan, memenuhi harapan pelanggan, dan mewujudkan nilai pelanggan.

Tipe penelitian ini adalah kuantitatif eksplanatif dan metode yang digunakan adalah survey, dengan penggalan data kuantitatif yang dilakukan menggunakan skala likert. Populasi yang dijadikan sampel adalah para pelanggan PT. PLN (Persero) Area Cikokol sebesar 174,845 dari golongan sosial dan rumah tangga periode april 2010. Untuk menguji hubungan dua variabel dan menganalisis data menggunakan uji koefisien korelasi Pearson's Product Moment. Dan untuk menguji pengaruh menggunakan regresi linear sederhana.

Berdasarkan hasil pengujian statistik terhadap sampel, hasil yang didapat pada korelasi sebesar 0,417, berarti tingkat hubungan antara aktivitas *customer service* dengan *customer satisfaction*, sedang. Dan pada uji regresi diperoleh hasil yang signifikan, yaitu 0,174, berarti aktivitas *customer service* memiliki kontribusi sebesar 17,4% sisanya 82,6% ditentukan oleh faktor lain.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala nikmat yang telah diberikan sehingga Skripsi yang berjudul : “**Pengaruh Aktivitas Customer Service Terhadap Customer Satisfaction PT. PLN (Persero) Area Cikokol**” ini dapat terselesaikan. Adapun tujuan penulisan Skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan jenjang pendidikan Strata satu (S1) Jurusan Public Relations di **Universitas Mercu Buana** dan Mata Kuliah Skripsi.

Dalam proses penyelesaian Skripsi ini tentunya tidak lepas dari peranan dan bantuan beberapa pihak. Adapun kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Juwono Tri Atmodjo., S.sos. M.Si selaku Pembimbing peneliti dan Ketua Jurusan Program Studi Public Relations, Universitas Mercu Buana. Terima kasih atas bimbingan, saran dan kritiknya.
2. Ibu Dra. Hj. Diah Wardhani, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mecu Buana dan dosen pembimbing mata kuliah Seminar. Terima kasih atas saran dan kritiknya, sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.
3. Bapak Machfud Suparta, Manajer PT. PLN (Persero) Area Cikokol, yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk melakukan riset di perusahaan.

4. Bapak Eddy Olib, Asisten Manajer Bidang Niaga PT. PLN (Persero) Area Cikokol, yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk melakukan riset dibagian Pemasaran dan Pelayanan Pelanggan (SAR&PP)
5. Ibu Hestin Sukesih dan Erlina Mulyasari Kusno dan Seluruh Karyawan PT. PLN (Persero) Area Pelayanan Cikokol, yang telah memberikan pengarahan dan membantu peneliti dalam memberikan data-data perusahaan yang diperlukan untuk penelitian ini
6. Kedua orang tua peneliti Bapak. H. M. Sadeli dan Ibu Hj. Titi Sity Karti serta keluarga yang telah banyak memberikan dukungan, doa, dan kasih sayangnya sehingga peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan penuh semangat.
7. Deny Priharyanto yang telah memberikan kasih sayang yang tulus serta setia menemani dan menjadi penyemangat peneliti.
8. Sahabat terbaikku Iis Hayati dan Agung Maulana yang telah memberikan dukungan dan menjadi tempat curhat peneliti. Semoga impian-impian kita jadi kenyataan.
9. Dadut, Cacon, Mami dan trio macan, yang sudah membuat peneliti tersenyum ketika lelah sehingga menjadi semangat kembali.
10. Teman-teman NGOK-NGOK Family (Citra, Exga, Dini, Steffy, Vivi dan Shendy) atas kasih sayang dan cinta yang mereka berikan dalam persahabatan ini. Semoga persahabatan kita berlanjut untuk selamanya, dan teman-teman satu angkatan dan mahasiswa UMB lainnya, pengurus

Hima PR dan semua sahabat-sahabat peneliti yang selalu memberikan motivasi dan semangat pada peneliti.

11. Seluruh dosen dan karyawan Universitas Mercu Buana yang telah memberikan informasi dan bantuan sehingga Skripsi ini terselesaikan.

Peneliti menyadari masih banyak kekurangan atas Skripsi ini dan jauh dari kesempurnaan. Walaupun demikian peneliti telah berusaha keras dan membuat Skripsi ini sebaik mungkin sehingga terbentuknya skripsi ini.

Jakarta, Maret 2011

Peneliti

DAFTAR ISI

ABSTRAKSI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Signifikasi Penelitian	
1.4.1. Signifikasi Akademis.....	8
1.4.2. Signifikasi Praktis.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Komunikasi	10
2.2 Komunikasi Organisasi	11
2.3 Komunikasi Internal dan Eksternal	
2.3.1 Komunikasi Internal	14
2.3.2 Komunikasi Eksternal	16
2.4 Public Relations	18
2.4.1. Tujuan dan Fungsi Public Relations.....	21
2.4.2. Tugas Public Relations	23
2.4.3. Public Relations dalam Organisasi.....	25
2.4.4. Khalayak Public Relations.....	28
2.5 Marketing Public Relations.....	29
2.5.1 Peranan Marketing Public Relations.....	31
2.5.2 Faktor Penyebab Dibutuhkannya Strategi MPR...	33
2.6 Customer Relations	34
2.7 Customer Service	37

2.8 Pelayanan Prima (Service of Excellence).....	39
2.8.1 Tujuan Pelayanan Prima	43
2.9 Kepuasan Pelanggan	46
2.10 Hipotesis	53

Bab III Metodologi Penelitian

3.1 Tipe Penelitian.....	54
3.2 Metode Penelitian.....	54
3.3 Populasi dan Sample	
3.3.1. Populasi.....	55
3.3.2. Sample.....	55
3.4 Teknik Penarikan Sample.....	56
3.5 Definisi dan Operasionalisasi Konsep	
3.5.1. Definisi Konsep.....	57
3.5.2. Operasionalisasi Konsep.....	58
3.6 Teknik Pengumpulan Data	
3.6.1 Data Primer	61
3.6.2 Data Sekunder	61
3.7 Validitas dan Reliabilitas	61
3.7.1. Validitas.....	62
3.7.2. Reliabilitas.....	63
3.7.3. Uji Validitas	64
3.7.4. Uji Reliabilitas	65
3.8 Teknik Analisa Data.....	66
3.9 Uji Hipotesis	69

Bab IV Hasil Penelitian

4.1 Subyek Penelitian	
4.1.1 Gambaran Perusahaan	70
4.1.2 Visi, Misi dan Motto	71
4.1.3 Tujuan dan Sasaran	72

4.1.4	Bidang Usaha	73
4.1.5	Perkembangan Usaha	76
4.2	Hasil Penelitian	78
4.2.1	Identitas Responden	78
4.2.1.1	Jenis Kelamin Responden	79
4.2.1.2	Usia Responden	80
4.2.1.3	Pekerjaan Responden	81
4.2.1.4	Pendidikan Responden	82
4.2.1.5	Jenis Pelayanan yang diminta	83
4.2.2	Aktivitas Customer Service	
4.2.2.1	Kemudahan Informasi	84
4.2.2.2	Kejelasan Memberikan Rincian Biaya	85
4.2.2.3	Kejelasan Memberikan Informasi Terbaru	86
4.2.2.4	Cepat dalam Memberikan Penjelasan	87
4.2.2.5	Terampil dalam Memberikan Informasi	88
4.2.2.6	Ramah dalam Memberikan Pelayanan	89
4.2.2.7	Layanan Nomor Telepon PLN	90
4.2.2.8	Customer Service Berpenampilan Menarik	91
4.2.2.9	Ruangan Pelayanan Bersih, Menarik	92
4.2.2.10	Tersedia Fasilitas Pendukung	93
4.2.2.11	Total Variabel X	94
4.2.3	Customer Satisfaction	
4.2.3.1	Kejujuran dalam Melayani	95
4.2.3.2	Ketepatan Waktu Pelayanan	96
4.2.3.3	Kemampuan Menciptakan Suasana Nyaman	97
4.2.3.4	Total Variabel Y	98
4.2.4	Uji Regresi Linear Sederhana	99
4.2.5	Uji Signifikansi (F hitung)	100
4.3	Pembahasan	102

Bab V Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan	110
5.2 Saran	111
5.2.1 Saran Akademis	111
5.2.2 Saran Praktis	111

Daftar Pustaka

Lampiran

DAFTAR TABEL

2.8.1	Sasaran dan Manfaat Service Of Excellence	41
3.5.2.1	Skala Likert	59
3.5.2.2	Operasionalisasi Konsep	59
3.7.3.1	Hasil Perhitungan Validitas	64
3.7.4.1	Validitas	66
3.8.1	Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	66
4.2.1.1	Jenis Kelamin Responden	79
4.2.1.2	Usia Responden	80
4.2.1.3	Pekerjaan Responden	81
4.2.1.4	Pendidikan Responden	82
4.2.1.5	Jenis Pelayanan yang Diminta	83
4.2.2.1	Kemudahan Informasi	84
4.2.2.2	Kejelasan dalam Memberikan Rincian Biaya Produk Pelayanan ...	85
4.2.2.3	Kejelasan dalam Memberikan Informasi Terbaru	86
4.2.2.4	Cepat dalam Memberikan Penjelasan	87
4.2.2.5	Terampil dalam Memberikan Informasi	88
4.2.2.6	Ramah dalam Memberikan Pelayanan	89
4.2.2.7	Layanan Nomor Telepon PLN Mudah Dihubungi	90
4.2.2.8	Petugas Customer Service Berpenampilan Menarik	91
4.2.2.9	Kenyamanan Ruangan Pelayanan	92
4.2.2.10	Tersedia Fasilitas Pendukung	93
4.2.2.11	Total Variabel X “Aktivitas Customer Service”	94
4.2.3.1	Kejujuran dalam Melayani	95
4.2.3.2	Ketepatan Waktu Pelayanan	96
4.2.3.3	Kemampuan Menciptakan Suasana Nyaman	97
4.2.3.4	Total Variabel Y “Customer Satisfaction”	98
4.2.4.1	Uji Regresi	99
4.2.5.1	Anova ^b	100

DAFTAR GAMBAR

2.1.1	Model Komunikasi Schraumn Berbentuk Sirkuler (dua arah)	11
2.9.1	Kepuasan & Kesetiaan Pelanggan serta Performa Bisnis	47
4.2.5.1	Scatterplot, Dependent Variabel : Y	102