

ABSTRAK

HAMZYAH, Tahun 2018. Pengaruh Responsiveness, Tangible Dan Empathy Terhadap Kepuasan Pelayanan Pelanggan Pada PT. PLN (Persero) di Kabupaten Enrekang. Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Pembimbing I **Andi Jam'an**, dan Pembimbing II **Syarthini Indrayani**.

Penelitian ini bertujuan untuk menilai seberapa besar pengaruh Responsiveness, Tangible dan Empathy terhadap Kepuasan Pelayanan Pelanggan pada PT. PLN (Persero) di Kabupaten Enrekang. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Data yang diolah adalah hasil dari penyebaran kuesioner kepada pelanggan PT. PLN (Persero) di Kabupaten Enrekang.

Teknik yang digunakan dalam pengambilan responden adalah *accidental sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda. Untuk menjelaskan deskripsi penelitian yang berkaitan dengan hipotesis dengan menggunakan analisis : Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji t (Parsial), Uji F (Simultan). Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa Responsiveness (X_1), Tangible (X_2) dan Empathy (X_3), berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) yang ditunjukkan dengan nilai koefisien korelasi sebesar 27,802. Sedangkan untuk uji signifikan uji t bahwa t_{hitung} yang diperoleh adalah untuk variabel responsiveness (X_1) $t_{hitung} (2,212) > t_{tabel} (1,98472)$ pada taraf signifikansi 5% artinya berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelayanan pelanggan (Y), tangible $t_{hitung} (6,757) < t_{tabel} (1,98427)$ pada taraf signifikansi 5% artinya berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelayanan pelanggan (Y), empathy $t_{hitung} (3,295) > t_{tabel} (1,98472)$ pada taraf signifikansi 5% artinya berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelayanan pelanggan (Y). *Tangible* adalah variable yang dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelayanan pelanggan berdasarkan *standardized coefficients* dengan nilai *beta* yaitu 0,523 atau 52,3%.

Kata Kunci: Responsiveness, Tangible, Empathy dan Kepuasan Pelayanan Pelanggan.

ABSTRACT

HAMZYAH, Year 2018. *Effect of Responsiveness, Tangible And Empathy On Customer Service Satisfaction At PT. PLN (Persero) in Enrekang Regency. Thesis Management Studies Program Faculty of Economics and Business University of Muhammadiyah Makassar. Guided by Advisor I Andi Jam'an, and Advisor II Syarthini Indrayani.*

This study aims to assess how much influence Responsiveness, Tangible and Empathy to Customer Service Satisfaction at PT. PLN (Persero) in Enrekang Regency. The type of research used in this research is quantitative descriptive research. Processed data is the result of distributing questionnaires to customers of PT. PLN (Persero) in Enrekang Regency.

The technique used in taking the respondent is accidental sampling. Data analysis technique used in this research is multiple linear regression. To explain the description of research related to the hypothesis by using analysis: Test Validity, Test Reliability, t Test (Partial), Test F (Simultaneous). Based on the results of data analysis shows that Responsiveness (X1), Tangible (X2) and Empathy (X3), have a positive and significant effect on Customer Satisfaction (Y) shown by the value of correlation coefficient of 27.802. As for the significant test of t test that the tcount obtained is for the responsiveness variable (X1) tcount (2,212) > ttabel (1,98472) at 5% significance level meaning positive and significant effect on customer service satisfaction (Y), tangible tcount (6.757) < ttabel (1,98427) at 5% significance level meaning positive and significant influence to customer service satisfaction (Y), empathy tcount (3,295) > ttabel (1,98472) at 5% significance level meaning positive and significant to satisfaction customer service (Y). Tangible is the dominant variable influencing customer service satisfaction based on standardized coefficients with a beta value of 0,523 or 52,3%.

keywords: *Responsiveness, Tangible, Empathy and Customer Service Satisfaction.*