

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CUSTOMER RELATIONSHIP
DAN HARGA TARIF LISTRIK TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA PT PLN (PERSERO) UP3
PEMATANG SIANTAR ULP KISARAN**

Gita Natama Hasibuan¹, Aris Siregar^{2*}

Universitas Asahan, Kisaran

Email: gitanatama95@gmail.com¹, siregararis077@gmail.com^{2*}

Abstract: *This study aims to analyze the effect of Service Quality, Customer Relationship, and Electricity Tariff Prices on Customer Satisfaction at PT PLN (Persero) UP3 Pematang Siantar ULP Kisaran. The data used are primary data. This research employed a quantitative method with a descriptive approach. The population in this study consisted of all customers of PT PLN (Persero) ULP Kisaran, with the exact number unknown. The sample consisted of 96 respondents selected using purposive sampling technique. Data collection techniques were carried out through questionnaires, interviews, and documentation. The analysis technique used was multiple linear regression analysis with the assistance of SPSS version 26. The results showed that simultaneously, Service Quality, Customer Relationship, and Electricity Tariff Prices have a positive and significant effect on Customer Satisfaction with an Fcount value of $53.317 > F_{table} 2.70$ and a significance value of $0.000 < 0.05$. Partially, Service Quality has a positive and significant effect on Customer Satisfaction with a tcount value of $2.207 > t_{table} 1.98580$ and a significance value of $0.030 < 0.05$. Customer Relationship also has a positive and significant effect with a tcount value of $2.386 > t_{table} 1.98580$ and a significance value of $0.019 < 0.05$. Electricity Tariff Prices have a positive and significant effect on Customer Satisfaction with a tcount value of $2.197 > t_{table} 1.98580$ and a significance value of $0.031 < 0.05$. The coefficient of determination (R^2) value is 0.623, which means that Service Quality, Customer Relationship, and Electricity Tariff Prices can explain 62.3% of the variation in Customer Satisfaction, while the remaining 37.7% is influenced by other variables outside the research model.*

Keywords: *Service Quality, Customer Relationship, Electricity Tariff Prices, Customer Satisfaction*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, customer relationship, dan harga tarif listrik terhadap kepuasan pelanggan pada PT PLN (Persero) UP3 Pematang Siantar ULP Kisaran. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan PT PLN (Persero) ULP Kisaran yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 96 responden. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, wawancara, dan dokumentasi. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan kualitas pelayanan, customer relationship, dan harga tarif listrik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai Fhitung sebesar $53,317 > F_{tabel} 2,70$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai thitung sebesar $2,207 > t_{tabel} 1,98580$ dan nilai signifikansi $0,030 < 0,05$. Customer relationship berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai thitung sebesar $2,386 > t_{tabel} 1,98580$ dan nilai signifikansi $0,019 < 0,05$. Harga tarif listrik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai thitung sebesar $2,197 > t_{tabel} 1,98580$ dan

nilai signifikansi $0,031 < 0,05$. Hasil koefisien determinasi (R^2) diperoleh sebesar 0,623 yang berarti bahwa kualitas pelayanan, customer relationship, dan harga tarif listrik mampu menjelaskan kepuasan pelanggan sebesar 62,3%, sedangkan sisanya sebesar 37,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Customer Relationship, Harga Tarif Listrik, Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Perusahaan penyedia jasa dituntut untuk mampu memberikan pelayanan yang berkualitas, membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan, serta menetapkan harga yang sesuai dengan manfaat yang dirasakan oleh konsumen. Namun, dalam praktiknya masih ditemukan permasalahan kualitas pelayanan, seperti gangguan pasokan listrik, durasi pemadaman yang tak terduga, serta respons petugas yang dinilai belum sepenuhnya cepat dan efektif. Kondisi tersebut berpotensi menurunkan Tingkat kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan.

PT PLN (Persero) sebagai satu-satunya badan usaha milik negara yang bergerak di bidang penyediaan tenaga listrik memegang peran strategis dalam mendukung berbagai aktivitas sosial dan ekonomi masyarakat. Di wilayah Kisaran, permintaan terhadap energi listrik menunjukkan peningkatan yang sejalan dengan pertumbuhan jumlah penduduk, perkembangan sektor industri, serta intensitas kegiatan usaha masyarakat. Berdasarkan teori yang sudah ada, kepuasan pelanggan akan tercapai apabila kualitas pelayanan yang diberikan sesuai atau melebihi harapan pelanggan, hubungan antara Perusahaan dan pelanggan terjalin dengan baik, serta harga yang ditetapkan dianggap adil dan sepadan dengan manfaat yang diterima. Namun kenyataannya, masih terdapat kesenjangan antara kondisi ideal tersebut dengan realita dilapangan, Dimana Sebagian pelanggan merasa kurang puas terhadap pelayanan, hubungan komunikasi yang terbangun, maupun kebijakan tarif

Listrik yang di terapkan oleh PT PLN (Persero) Kisaran.

Faktor customer relationship juga memegang peran penting dalam menentukan Tingkat kepuasan pelanggan. Hubungan yang baik antara PT PLN (Persero) ULP Kisaran dengan pelanggan, baik melalui komunikasi yang jelas, pemberian informasi yang transparan, maupun sikap responsif terhadap keluhan pelanggan, dapat meningkatkan pengalaman pelanggan dalam menggunakan layanan listrik. Namun, masih terdapat pelanggan yang merasa kurang mendapatkan perhatian dalam aspek komunikasi, seperti kurangnya penjelasan terkait gangguan listrik, kebijakan tarif listrik, maupun solusi yang ditawarkan terhadap permasalahan yang dihadapi pelanggan.

Di samping itu, Harga tarif Listrik juga menjadi faktor penting yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Tarif Listrik yang diterapkan oleh PT PLN (Persero) ULP Kisaran dinilai relatif terjangkau dan menjadi pertimbangan utama bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan energi listrik. Namun, meskipun tarif yang ditetapkan lebih ekonomis, pelanggan tetap memiliki ekspektasi terhadap kualitas layanan yang sebanding dengan biaya yang dikeluarkan. Apabila kualitas pelayanan dan hubungan dengan pelanggan tidak sesuai dengan harapan maka persepsi pelanggan terhadap nilai layanan yang diterima dapat menurun. Oleh karena itu, menjaga keseimbangan antara harga tarif listrik, kualitas pelayanan, *customer relationship* menjadi tantangan penting bagi PT PLN (Persero) ULP Kisaran dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan secara berkelanjutan.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Customer Relationship, Dan Harga Tarif Listrik Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT PLN (Persero) UP3 Pematang Siantar ULP Kisaran”.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif yang dilakukan untuk mengetahui nilai dari suatu variabel. Dalam hal ini, variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independent) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain. Penelitian ini hanya menggunakan satu sampel. (Iqbal & Misbahuddin, 2013:8).

Penelitian ini dilakukan pada PT PLN (Persero) UP3 Pematang Siantar ULP Kisaran yang beralamat di Jalan Dr. Sutomo, No. 178, Kisaran Barat, Kab. Kabupaten Asahan, Provinsi Sumatera Utara. Waktu penelitian ini dilakukan selama bulan Desember 2025 sampai dengan April 2026.

Dalam penelitian ini populasi yang diambil yaitu seluruh pelanggan PT PLN (Persero) Kisaran, yang mana jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Teknik sampling yang mana digunakan oleh peneliti pada penelitian ini yakni Teknik sampling purposive, yakni teknik ini diambil melewati kriteria serta pertimbangan tertentu. Peneliti menetapkan teknik itu dikarenakan jumlah populasi yang mana tidak diketahui secara pasti. Menurut kriteria tersebut, jumlah sampel yang digunakan dalam peneliti ini yakni 96 responden.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data Primer, yakni data diperoleh dari objek penelitian maupun data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dilapangan oleh peneliti, data Sekunder, yakni data yang mana diperoleh ataupun dikumpulkan

peneliti dari sumber-sumber yang sudah ada. Data sekunder digunakan demi mendukung informasi primer yang sudah di peroleh.

Metode analisis didalam penelitian ini adalah analisis linear berganda untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu Pengaruh Kualitas Pelayanan, Customer Relationship, dan Harga Tarif Listrik Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT PLN (Persero) UP3 Pematang Siantar ULP Kisaran, dengan formulasi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan:

X1 = Kualitas Pelayanan

X2= Customer Relationship

X3= Harga

Y= Kepuasan Pelanggan

a = Konstanta

b1= Kofisien regresi Kualitas Pelayanan

b2= Kofisien regresi Customer Relationship

b3= Kofisien Harga

e= Term of error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Asumsi Klasik

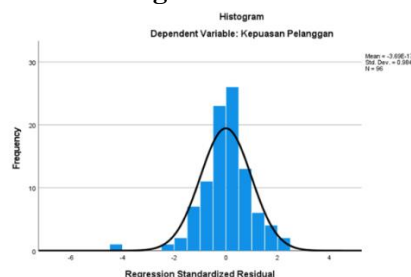
Uji Normalitas

Penentuan uji normalitas telah dilakukan dengan dua cara, yaitu melalui grafik dan statistik yang dapat dilihat melalui hasil sebagai berikut:

Uji Melalui Grafik

Pengujian melalui grafik dilakukan dengan dua jenis, yaitu mengamati *histogram* dan *P-P Plot*.

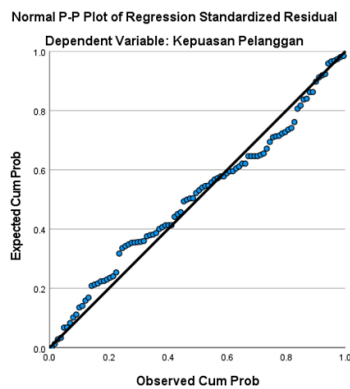
Grafik Histogram



Uji Normalitas dengan Histogram

Hasil uji normalitas di atas, dijelaskan bahwa diagram histogram yang terbentuk merupakan jawaban seluruh responden terhadap item pernyataan pada kuesioner dan terlihat garis lengkungan membentuk lonceng, dimana lonceng tidak miring ke kiri atau ke kanan, dan melewati seluruh diagram sehingga kesimpulan uji normalitas menggunakan grafik histogram menyatakan bahwa data terdistribusi secara normal.

Hasil Uji P-Plot



Gambar 1 Uji Normalitas dengan P-Plot

Hasil uji normalitas menggunakan grafik P-P Plot, dijelaskan bahwa seluruh titik-titik (jawaban responden) mengikuti garis diagonal yang terbentang dari angka 0,0 pada masing-masing sumbu (X dan Y) sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian terdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas.

Uji Melalui Statistik

Tabel 1 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test				Unstandardized Residual
N				96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean			.000000
	Std. Deviation			2.80631426
Most Differences	Extreme Absolute			.094
	Positive			.078
	Negative			-.094
Test Statistic				.094
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c				.057
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d				.036
	99% Confidence Interval		Lower Bound	.032
			Upper Bound	.041

a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.
 d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Berdasarkan hasil uji statistik menggunakan Kolmogorov-Smirnov Test

di atas, nilai Asymp. Sig (0,057) > signifikansi 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini terdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Tabel 2 Hasil Uji Multikolinearitas

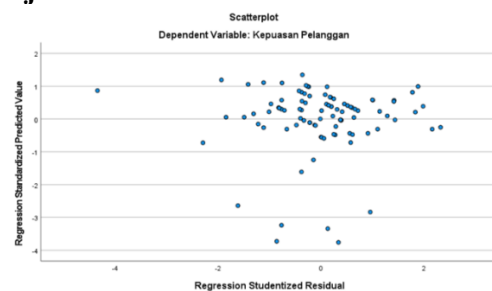
Coefficients ^a		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Pelayanan	.184	5.438
	Customer Relationship	.530	1.888
	Harga Tarif	.172	5.802

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Melalui hasil uji multikolinearitas di atas, dijelaskan bahwa nilai Tolerance setiap variabel bebas seperti Kualitas Pelayanan (0,184), Customer Relationship (0,530), Harga Tarif (0,172), > 0,1. Sedangkan nilai VIF variabel k Kualitas Pelayanan (5,438), Customer Relationship (1,888), Harga Tarif (5,802), < 10.

Berdasarkan data nilai Tolerance dan VIF tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini terhindar dari gejala multikolinearitas karena nilai setiap variabel bebas berada pada jalur kriteria yang ditentukan.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2 Grafik Scatterplot

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas di atas, titik-titik tersebar pada seluruh bagian titik 0 pada sumbu X dan Y. Cara mendeteksi apakah sebaran data terjadi heteroskedastisitas apabila salah satu bagian tidak terlihat titik-titik yang terbagi melalui titik 0 pada sumbu X dan Y, namun seluruh titik-titik tersebut tersebar keseluruhan bagian sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini terhindar dari

masalah heteroskedastisitas.

Tabel 3 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a			
Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	1.485	1.887
	Kualitas Pelayanan	.465	.211
	Customer Relationship	.306	.128
	Harga Tarif	.578	.263

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Melalui statistik regresi linear berganda di atas, menghasilkan persamaan regresi yang akan disajikan berikut ini:

$$Y = 1,485 + 0,465 X_1 + 0,306 X_2 + 0,578 X_3$$

Uraian dari setiap nilai yang disajikan pada persamaan regresi linearitas berganda di atas dapat dilihat sebagai berikut:

1. Nilai konstanta adalah 1,485, yang menjelaskan bahwa apabila nilai yang dihasilkan oleh variabel Kualitas Pelayanan (X1), Customer Relationship (X2), dan Harga Tarif (X3) adalah sama dengan nol, maka nilai Kepuasan Pelanggan (Y) tetap atau konstan sebesar 1,485.
2. Koefisien regresi pada variabel Kualitas Pelayanan (X1) adalah 0,465, artinya setiap terjadi penambahan sebesar satu satuan variabel Kualitas Pelayanan (X1), maka akan meningkatkan nilai Kepuasan Pelanggan (Y), sebesar 0,465 satuan.
3. Koefisien regresi pada variabel Customer Relationship (X2) adalah 0,306, artinya setiap terjadi penambahan sebesar satu satuan variabel Customer Relationship (X2), maka meningkatkan nilai Kepuasan Pelanggan (Y), sebesar 0,306 satuan.
4. Koefisien regresi pada variabel Harga Tarif (X3) adalah 0,578, artinya setiap terjadi penambahan sebesar satu satuan variabel Harga Tarif (X3), maka meningkatkan nilai Kepuasan Pelanggan (Y), sebesar 0,578 satuan.

Hasil Uji F (Simultan)

Tabel 4 Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	Sig.
1	Regression	1300.743	3	433.581	.000 ^b
	Residual	748.163	92	8.132	
	Total	2048.906	95		

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Harga Tarif, Customer Relationship, Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil output statistik di atas, maka hasil uji simultan menjelaskan bahwa nilai Fhitung (53,317) > Ftabel (2,70) dan nilai signifikansi (0,000 < 0,05) sehingga diputuskan bahwa H1 diterima dan H0 ditolak, artinya Kualitas Pelayanan (X1), Customer Relationship (X2) dan Harga (X3) secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Hasil Uji t (Parsial)

Tabel 4 Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	1.485	1.887		.787	.433
	Kualitas Pelayanan	.465	.211	.324	2.207	.030
	Customer Relationship	.306	.128	.207	2.386	.019
	Harga Tarif	.578	.263	.333	2.197	.031

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Uraian hasil pengujian parsial (uji-t) pada setiap variabel bebas, yaitu:

1. Nilai thitung (2,207) > ttabel (1,98580) dan nilai signifikansi (0,030 < 0,05) sehingga H2 diterima dan H0 ditolak, artinya secara parsial Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. PLN (Persero) UP3 Pematang Siantar ULP Kisaran.
2. Nilai thitung (2,386) > ttabel (1,98580) dan nilai signifikansi (0,019 < 0,05) sehingga H2 diterima dan H0 ditolak, artinya secara parsial Customer Relationship berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. PLN (Persero) UP3 Pematang Siantar ULP Kisaran.
3. Nilai thitung (2,197) > ttabel (1,98580) dan nilai signifikansi (0,031 < 0,05) sehingga H2 diterima dan H0 ditolak, artinya secara parsial Harga Tarif berpengaruh positif dan

signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. PLN (Persero) UP3 Pematang Siantar ULP Kisaran.

Diantara ketiga variabel bebas dalam penelitian ini customer relationship paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian karena nilai thitung (2,386) dengan tingkat signifikansi ($0,019 < 0,05$) tertinggi diantara variabel lainnya.

Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 5 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.797 ^a	.635	.623	2.85170	1.689

a. Predictors: (Constant), Harga Tarif, Customer Relationship, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil koefisien determinasi pada tabel di atas, diperoleh nilai R Square yaitu 0,623, artinya variabel bebas yang terdiri dari kualitas pelayanan, customer relationship dan harga tarif mampu menjelaskan kepuasan pelanggan sebesar 62,3%, sedangkan sisanya 37,7% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Customer Relationship Dan Harga Tarif Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. PLN (Persero) UP3 Pematang Siantar ULP Kisaran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada pelanggan PT PLN (Persero) UP3 Pematang Siantar ULP Kisaran, diperoleh hasil bahwa kualitas pelayanan, customer relationship, dan harga tarif listrik secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut secara bersama-sama mampu memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, semakin baik hubungan perusahaan dengan pelanggan, serta semakin sesuai harga tarif listrik

yang diterapkan, maka kepuasan pelanggan akan semakin meningkat. Pelanggan tidak hanya menilai dari satu aspek saja, tetapi juga mempertimbangkan keseluruhan pengalaman yang mereka rasakan selama menggunakan layanan PT PLN (Persero) ULP Kisaran.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Kotler dan Keller (2022: 78) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam memberikan nilai kepada pelanggan melalui kualitas pelayanan, hubungan yang baik dengan pelanggan, serta harga yang sesuai dengan manfaat yang diterima. Selain itu, Tjiptono (2017: 121) juga menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan terbentuk dari evaluasi pelanggan terhadap keseluruhan layanan yang diberikan perusahaan. Dalam penelitian ini, kualitas pelayanan yang baik, komunikasi yang efektif antara perusahaan dan pelanggan, serta tarif listrik yang dianggap sesuai mampu menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan sehingga meningkatkan kepuasan mereka terhadap layanan PT PLN (Persero) ULP Kisaran.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. PLN (Persero) UP3 Pematang Siantar ULP Kisaran

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Tjiptono (2017) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik akan menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan sehingga pelanggan merasa kebutuhan dan harapannya terpenuhi. Selain itu, Parasuraman (2019) juga menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan tercipta ketika pelayanan yang dirasakan pelanggan sesuai atau bahkan melebihi harapan mereka. Dalam konteks penelitian ini, pelayanan yang cepat, responsif, reliabel, serta adanya jaminan pelayanan yang baik dari PT PLN (Persero) ULP Kisaran

mampu memberikan rasa nyaman dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Pengaruh *Customer Relationship* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. PLN (Persero) UP3 Pematang Siantar ULP Kisaran

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2022) yang menyatakan bahwa customer relationship merupakan proses mengelola hubungan dengan pelanggan secara cermat untuk menciptakan loyalitas dan kepuasan pelanggan. Selain itu, Lovelock dan Wirtz (2018) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh pengalaman pelanggan saat berinteraksi dengan penyedia layanan. Ketika perusahaan mampu memberikan pelayanan yang komunikatif, responsif, serta memahami kebutuhan pelanggan, maka hubungan yang terjalin akan semakin kuat dan berdampak pada meningkatnya kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini, penerapan customer relationship yang baik oleh PT PLN (Persero) ULP Kisaran mampu menciptakan kenyamanan dan pengalaman positif bagi pelanggan.

Pengaruh Harga Tarif Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. PLN (Persero) UP3 Pematang Siantar ULP Kisaran

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2022) yang menyatakan bahwa harga merupakan sejumlah nilai yang dibayarkan konsumen untuk memperoleh manfaat dari suatu produk atau jasa. Selain itu, Azam et al. (2025) menjelaskan bahwa pelanggan akan merasa puas apabila harga yang dibayarkan sesuai dengan manfaat dan kualitas pelayanan yang diterima. Dalam penelitian ini, pelanggan PT PLN (Persero) ULP Kisaran menilai bahwa tarif listrik yang diterapkan masih sesuai dengan manfaat layanan yang mereka rasakan, sehingga mampu meningkatkan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan perlu menjaga keseimbangan

antara tarif listrik dan kualitas pelayanan agar pelanggan tetap merasa puas.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil regresi linier berganda menghasilkan persamaan $Y = 1,485 + 0,465 X_1 + 0,306 X_2 + 0,578 X_3$, artinya Kualitas Pelayanan (X_1), Customer Relationship (X_2) dan Harga Tarif (X_3) menghasilkan koefisien regresi positif terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).
2. Hasil uji simultan (Uji-F) menghasilkan nilai Fhitung (53,317) > Ftabel (2,70) dan nilai signifikansi ($0,000 < 0,05$) sehingga diputuskan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak, artinya Kualitas Pelayanan (X_1), Customer Relationship (X_2) dan Harga (X_3) secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).
3. Hasil uji parsial (Uji-t) menghasilkan nilai thitung (2,207) > ttabel (1,98580) dan nilai signifikansi ($0,030 < 0,05$) sehingga H_2 diterima dan H_0 ditolak, artinya secara parsial Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. PLN (Persero) UP3 Pematang Siantar ULP Kisaran.
4. Hasil uji parsial (Uji-t) menghasilkan nilai thitung (2,386) > ttabel (1,98580) dan nilai signifikansi ($0,019 < 0,05$) sehingga H_2 diterima dan H_0 ditolak, artinya secara parsial Customer Relationship berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. PLN (Persero) UP3 Pematang Siantar ULP Kisaran.
5. Hasil uji parsial (Uji-t) menghasilkan nilai thitung (2,197) > ttabel (1,98580) dan nilai signifikansi ($0,031 < 0,05$) sehingga H_2 diterima dan H_0 ditolak, artinya secara parsial Harga

- Tarif berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. PLN (Persero) UP3 Pematang Siantar ULP Kisaran.
6. Hasil Koefisien Determinasi (R^2) menghasilkan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,623, artinya variabel bebas yang terdiri dari kualitas pelayanan, customer relationship dan harga tarif mampu menjelaskan keputusan pembelian sebesar 62,3%, sedangkan sisanya 37,7% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini

DAFTAR PUSTAKA

- Al, S. N., & Isyana, E. (2024). Pengaruh Harga Tarif Listrik dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. PLN (Persero). 4.
- Ana, F., Heri, P., & Trihudyatmanto.M. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Kepuasan Dan Komitmen Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada KSP Berkah Karunia Mandiri Kaliwiro. 2(2).
- Anam, K., & Suwtiho. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Rental Mobil Transport.
- Azam, A. M., Mauluddiyah, L. Z., Rukin, & Anggi, A. (n.d.). Kualitas Pelayanan Dalam Menjamin Kepuasan Pelanggan (2025th ed.).
- Dzaka, P. D., Titi, H., & Marko, L. (2026). The Effect Of Service Quality And Price On Customer Satisfaction At Cv Abadi Steel Lahat Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan. 5(1), 265–272.
- Ghozali, I. (n.d.). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. <https://www.scribd.com/document/785893656/Ghozali-2021>
- Girsang, N. M. (2023). Prinsip Prinsip Pemasaran.
- Hafni, S. S. (2022). Metodologi Penelitian.
- Iqbal, H., & Misbahuddin. (n.d.). Analisis Data Penelitian dengan Statistik. https://books.google.co.id/books?id=xJh_swEACAAJ&pg=PA32&hl=id&source=gbs_toc_r&cad=2#v=onepage&q&f=false
- Lathifah, U. K., & Silvianita, A. (2023). Loyalitas Pelanggan Kopi Kenangan dari Segi Pengalaman Pelanggan, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan. Ekobis, 24(1), 55–71.
- Ma'ruf, A. (2015). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In Aswaja Pressindo.
- Mahaputra, P. I. B. A., Imbayani, I. I. G. A., & Surya, P. I. M. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Customer Relationship Marketing Dan Emotional Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Berkarya Investasi Mulya.
- Panji, U., Widya, P., Delvita, J., & Relya, C. (2025). Kualitas Pelayanan, Customer Relationship Marketing, dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Determinan Loyalitas Pelanggan. 1(3), 1295–1304.
- Ridwan, A. &. (2013). Rumus dan Data Dalam Analisis Statistika. Alfabeta.
- Ridwan, I. (2025). Pengaruh Customer Relationship Management (CRM), Kualitas Produk dan Corporate Image Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Kualitas Layanan Sebagai Pemoderasi (Studi Pada Pelanggan Potensial Tegangan Menengah (TM) di PT.PLN(Persero) UP3 Makassar Utara). 09(04), 1–12.
- Ririn, I., Aura, F., & Nadya, H. R. L. (n.d.). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian MCDONALD' S Taman Pinang Sidoarjo Di Masa Pandemi COVID-19. September 2021.
- Rufman, A. I. (2021). Manajemen Hubungan Pelanggan (Customer Relationship Management).
- Sani, I., Sudirman, A., Noviany, H., Rambe, M. T., Raflina, R., & Adnan,

- Y. (2023). Manajemen Pemasaran Jasa Konsep Dasar Dan Strategi.
- Saputra, S., & Dhara, P. M. S. (2023). Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia (Persero) KCU Medan. 13, 18–28.
- Setiawati, L., & Susanti, A. (2022). Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Kesadaran Merek Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Ella Skin Care Di Cabang Centan. 21(435), 49–59.
- Siswanto, & Fitria. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi dan Penanganan Masalah Terhadap Loyalitas Masalah Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada BMT Sidogiri Cabang Malang Kota). 7(30), 1254–1268.
- Steffany, W. R., & Ari, S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online Grab. 32(3), 167–186.
- Sugiyono 2017. (n.d.). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D.
- Ulfi, S., & Ali, M. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Atmosphere Cafe Terhadap Kepuasan Pelanggan. 11(1).
- Wiwik, S. (2018). Kualitas Layanan.
- Yasir, A., & R, W. J. (2022). Analisis Pengaruh Suasana, Kualitas Pelayanan Dan Kewajaran Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe La Baliza Kota Jayapura. 7(4).
- Zahra, F., Sukoco, I., Auliana, L., & Barkah, C. (2022). Komunikasi Efektif Dalam Membangun Strategi Customer Relationship Management. 02(01), 41–49.