

## ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PELANGGAN LISTRIK PASCABAYAR TIDAK BERALIH MENGGUNAKAN LISTRIK PRABAYAR PADA PT PLN (PERSERO) UNIT LAYANAN PELANGGAN BATURAJA

Devi Alfari<sup>1</sup>, Sally Maria Bramana<sup>2</sup>, Achmad Johan Musshoddiq<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Manajemen STIE Dwi Sakti Baturaja

<sup>1</sup>[devialfari19117@gmail.com](mailto:devialfari19117@gmail.com), <sup>2</sup>[sallymariabramanasemsi@gmail.com](mailto:sallymariabramanasemsi@gmail.com),

<sup>3</sup>[achmad.johan.m@yahoo.com](mailto:achmad.johan.m@yahoo.com)

### Abstrak

Penelitian ini membahas tentang Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pelanggan listrik pascabayar tidak beralih menggunakan listrik Prabayar pada PT PLN (PERSERO) unit layanan pelanggan Baturaja. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pelanggan listrik pascabayar tidak beralih menggunakan listrik Prabayar pada PT PLN (PERSERO) unit layanan pelanggan Baturaja. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, dengan teknik analisis data kualitatif dan kuantitatif. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa dari persamaan regresi linear berganda yaitu  $Y=4,427-0,019X_1+0,385X_2+0,408X_3$ . Nilai korelasi R adalah 0,780, sedangkan nilai koefisien determinasi (*R Square*) pada penelitian ini adalah sebesar 0,609. Hasil uji t diperoleh bahwa  $t_{hitung} < t_{tabel}$  untuk variabel jumlah anggota keluarga ( $X_1$ ), Kenyamanan ( $X_2$ ) tidak terdapat pengaruh secara parsial terhadap pelanggan listrik pascabayar PT PLN (PERSERO) Unit Layanan Pelanggan Baturaja. Sedangkan variabel pendapatan ( $X_3$ )  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , artinya terdapat pengaruh secara parsial variabel pendapatan terhadap pelanggan listrik pascabayar PT PLN (PERSERO) Unit Layanan Pelanggan Baturaja. Hasil uji F didapatkan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  artinya ada pengaruh jumlah anggota keluarga ( $X_1$ ), kenyamanan ( $X_2$ ) dan pendapatan ( $X_3$ ) terhadap pelanggan ( $Y$ ) listrik pascabayar.

**Kata Kunci :** Jumlah Anggota Keluarga, Kenyamanan, Pendapatan dan Pelanggan.

### Abstract

*This research discusses the analysis of factors that influence postpaid electricity customers not to switch to using prepaid electricity at PT PLN (PERSERO) Baturaja customer service unit. The aim to be achieved in this research is to find out what factors influence postpaid electricity customers not to switch to using prepaid electricity at PT PLN (PERSERO) Baturaja customer service unit. The method used in this research is a descriptive method, with qualitative and quantitative data analysis techniques. Based on the results of the research and discussion that has been carried out, it can be concluded that the multiple linear regression equation is  $Y=4.427-0.019X_1+0.385X_2+0.408X_3$ . The R correlation value is 0.780, while the coefficient of determination (*R Square*) value in this study is 0.609. The results of the t test showed that  $t_{count} < t_{table}$  for the variables number of family members ( $X_1$ ), Comfort ( $X_2$ ) had no partial influence on PT PLN (PERSERO) Baturaja Customer Service Unit postpaid electricity customers. Meanwhile, the income variable ( $X_3$ )  $t_{count} > t_{table}$ , meaning that there is a partial influence of the income variable on PT PLN (PERSERO) Baturaja Customer Service Unit postpaid electricity customers. The results of the F test show that  $F_{count} > F_{table}$  means that there is an influence of the number of family members ( $X_1$ ), comfort ( $X_2$ ) and income ( $X_3$ ) on postpaid electricity customers ( $Y$ ).*

**Keywords:** Number of Family Members, Comfort, Income and Customers.



## PENDAHULUAN

Listrik merupakan kebutuhan yang sangat penting bagi kehidupan masyarakat. Tanpa adanya listrik aktivitas manusia akan menjadi terhambat baik yang di kawasan pedesaan ataupun perkotaan. Contohnya, sebuah kota pada saat terjadi pemadaman listrik bergilir akan seperti kota mati, tanpa kehidupan dan gelap. Selain sebagai sumber energi penerangan, listrik juga bisa diubah menjadi sumber energi lain yang berguna bagi kehidupan manusia. Sebagian besar kebutuhan energi listrik tersebut dapat diperoleh melalui pasokan dari Perusahaan Listrik Negara/ PLN (Persero).

PT PLN (Persero) merupakan satu-satunya perusahaan yang bergerak di bidang ketenagalistrikan di Indonesia. Selama ini pelanggan mendapatkan layanan listrik pascabayar. Pelanggan harus membayar tagihan listrik paling lambat tanggal 20 setiap bulannya. Tagihan pemakaian tenaga listrik didapatkan dari hasil pencatatan meter yang dilakukan oleh vendor PT PLN (Persero) dengan menghitung pemakaian kWh. Jika pada tanggal jatuh tempo pelanggan belum melakukan pembayaran listrik, maka PT PLN (Persero) berhak melakukan pemutusan sambungan tenaga listrik. Pengguna layanan listrik pascabayar relatif tidak leluasa untuk mengetahui berapa besar energi listrik yang telah dikonsumsi, dan terkadang pelanggan beranggapan tagihan tidak sesuai dengan pemakaian. Pelanggan baru bisa mengetahui total pemakaian listrik pada saat pembayaran. Karena pembayaran dilakukan setelah pemakaian, tidak jarang pelanggan menunggak pembayaran hingga akhirnya terjadi pemutusan sambungan listrik. Keadaan seperti ini membuat pelanggan merasa kecewa dengan pelayanan yang diberikan oleh PT PLN (Persero).

Melihat banyaknya keluhan dari pelanggan tersebut akhirnya PT PLN (Persero) menawarkan adanya listrik Prabayar. Layanan Listrik Prabayar atau yang dikenal dengan sebutan Listrik Pintar. Listrik Pintar adalah layanan listrik di mana pelanggan membayar dulu energi listrik yang akan dikonsumsi. Energi listrik yang telah dibeli oleh pelanggan dimasukkan ke dalam Meter Prabayar (MPB) yang terpasang di lokasi pelanggan melalui sistem token atau stroom (*pln.co.id, 2017*).

Berikut ditampilkan tabel komparasi sistem Prabayar dan sistem pascabayar :



**Tabel 1.**  
**Komparasi Sistem Prabayar dan Sistem Pascabayar**


No.	Sistem Prabayar	Sistem Pascabayar
1.	Menerima uang sebelum energi listrik dikonsumsi konsumen.	Menerima uang setelah energi listrik dikonsumsi konsumen.
2.	Tidak ada pencatatan meter sehingga sumber susut dan keluhan dapat diminimalisasi atau dihilangkan.	Memerlukan pencatatan meter yang memerlukan biaya. Pencatatan meter yang tidak akurat dapat menjadi sumber susut atau keluhan konsumen.
3.	Tidak ada pemutusan aliran listrik karena tidak ada pembayaran rekening bulanan.	Konsumen yang tidak membayar rekening bulanan setelah waktu tertentu dilakukan pemutusan sambungan.
4.	Tidak dikenakan denda keterlambatan, karena pembayar dilakukan sebelum energi listrik dikonsumsi.	Konsumen yang terlambat membayar rekening bulanan dikenakan denda keterlambatan.
5.	Konsumen tidak dikenakan Uang Jaminan Konsumen (UJK) pada saat melakukan penyambungan baru.	Konsumen membayar Uang Jaminan Konsumen (UJK) pada saat melakukan penyambungan baru.
6.	Dalam menghitung energi listrik yang dikonsumsi tidak memperhitungkan biaya pemakaian minimum.	Rekening bulanan memperhitungkan biaya pemakaian minimum.

Sumber : PT PLN (Persero) wilayah Baturaja, 2017

Menurut Daryanto dan Setyobudi (2014:49) Pelanggan atau pemakai suatu produk adalah orang-orang yang berhubungan secara langsung maupun tidak langsung dengan perusahaan bisnis. Berbicara mengenai pelanggan, suatu perusahaan harus mengutamakan kepuasan pelanggannya, Kepuasan pelanggan dalam menentukan dan memilih suatu produk juga tidak lepas dari kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan atas produk atau jasa yang dihasilkan. Pelanggan adalah orang-orang yang kegiatannya membeli dan menggunakan suatu produk, baik barang maupun jasa secara terus menerus.

PT PLN (Persero) merupakan satu-satunya pelopor ketenagalistrikan di Indonesia menjadikan segala kendala dan keluhan pelanggan tanggung jawab mereka terutama dalam mengatasi masih adanya pelanggan listrik pascabayar tidak beralih menggunakan layanan listrik Prabayar. Pelanggan listrik pascabayar yang enggan beralih menggunakan layanan listrik Prabayar juga dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti faktor jumlah anggota keluarga, faktor kenyamanan dan faktor pendapatan.

Menurut Mantra (2003:16) Yang termasuk jumlah anggota keluarga adalah seluruh jumlah anggota keluarga rumah tangga yang tinggal dan makan satu dapur



dengan kelompok penduduk yang sudah termasuk dalam kelompok tenaga kerja. Jumlah anggota keluarga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi pelanggan listrik pascabayar tidak beralih menggunakan listrik Prabayar dikarenakan banyaknya jumlah anggota keluarga menjadi pemicu besarnya pemakaian daya listrik yang digunakan karena semakin banyak anggota keluarga semakin besar daya listrik yang dipakai seperti charger handphone seluruh anggota keluarga, kulkas, TV, mesin penyedot air, AC, dan barang elektronik lainnya yang pastinya menggunakan listrik. Menggunakan layanan listrik Prabayar juga harus rutin mengecek jumlah kWh yang tersisa, jika terlalu sering habis dan mati juga akan berakibat pada barang-barang elektronik yang bisa mengurangi masa awet barang elektronik. Jumlah anggota keluarga sangat menentukan besar kecilnya kebutuhan dalam keluarga tersebut. Semakin banyak jumlah anggota keluarga semakin besar jumlah kebutuhan yang harus dipenuhi dalam keluarga.

Menurut Sugiarto *dalam* An-Nafi (2009:9) kenyamanan adalah rasa yang timbul jika seseorang merasa diterima apa adanya, serta senang dengan situasi dan kondisi yang ada. Selain faktor jumlah anggota keluarga, Faktor kenyamanan juga menjadi alasan pelanggan listrik pascabayar tidak beralih menggunakan layanan listrik Prabayar. Dalam hal ini masih banyaknya pelanggan listrik pascabayar yang tinggalnya jauh dari pusat kota, kawasan tempat tinggal yang tidak ada konter pembelian token dan sering terjadi jaringan yang bermasalah sehingga pembelian token pun tertunda. Sehingga jika beralih ke layanan Prabayar pelanggan takut akan kesulitan mencari tempat pembelian ulang token terlebih lagi jika terjadi di malam hari tentunya mereka akan kebingungan jika tidak segera diisi listrik pun akan padam.

Meter listrik Prabayar (MPB) jika terlalu sering kehabisan token sampai padam juga akan menyebabkan kerusakan, oleh sebab itu pelanggan listrik pascabayar masih enggan beralih ke layanan listrik Prabayar karena mereka masih merasa nyaman dan aman jika menggunakan listrik pascabayar karena tidak perlu repot-repot pengisian ulang token dan tentunya tidak takut sewaktu-waktu listrik padam disebabkan oleh token yang habis. Sehingga dapat mengganggu aktivitas yang berhubungan dengan kelistrikan.

Menurut Nurdirman (2001:11) pendapatan adalah nilai yang didapat dari suatu usaha yang telah dilaksanakan dalam kurun waktu tertentu. Faktor pendapatan juga menjadi pengaruh pelanggan listrik pascabayar enggan beralih ke listrik Prabayar, karena jika menggunakan layanan pascabayar pelanggan bisa menggunakan dahulu baru membayar bulan

berikutnya, sedangkan jika menggunakan layanan Prabayar pelanggan harus membeli dahulu baru bisa digunakan. Dari hal itu pelanggan pascabayar masih enggan beralih karena berhubungan dengan pendapatan karena pelanggan listrik pascabayar rata-rata berpenghasilan perbulan dimana jika harus beralih ke layanan Prabayar mereka harus ada persiapan dana rutin untuk pengisian token yang habisnya tidak menentu kapan.

Mengingat perekonomian kerap menjadi kendala bagi pelanggan karena Penggunaan listrik Prabayar akan menjadi pemborosan, pengeluaran tidak terduga. Selain itu perpindahan dari listrik pascabayar ke listrik Prabayar juga membutuhkan biaya penggantian membuat pelanggan berpikir kembali harus mengganti layanan listrik mereka. Kemudahan penggunaan dan akses listrik pascabayar mempengaruhi pelanggan yang masih menggunakan listrik pascabayar enggan beralih menggunakan listrik Prabayar dan tingkat pendapatan yang tinggi ikut meningkatkan permintaan energi listrik.


Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Pelanggan Listrik Pascabayar Tidak Beralih Menggunakan Listrik Prabayar Pada PT PLN (Persero) Unit Layanan Pelanggan Baturaja”**.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Manajemen Pemasaran

Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Hal tersebut disebabkan karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan, dimana secara langsung berhubungan dengan konsumen. Maka kegiatan pemasaran dapat diartikan sebagai kegiatan manusia yang berlangsung dalam kaitannya dengan pasar.

Menurut Laksana (2019:1) Pemasaran adalah bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan kegiatan transaksi produk barang atau jasa. Sehingga pengertian pasar bukan lagi merujuk kepada suatu tempat tapi lebih kepada aktifitas atau kegiatan pertemuan penjual dan pembeli dalam menawarkan suatu produk kepada konsumen. Menurut Tjiptono dan Diana (2020:3) Pemasaran adalah proses menciptakan, mendistribusikan, mempromosikan, dan menetapkan harga barang, jasa dan gagasan untuk memfasilitasi relasi pertukaran yang



memuaskan dengan para pelanggan dan untuk membangun dan mempertahankan relasi yang positif dengan para pemangku kepentingan dalam lingkungan yang dinamis.

Menurut Limakrisna dan Purba (2017:4) Pemasaran adalah salah satu kegiatan dalam perekonomian yang membantu dalam menciptakan nilai ekonomi. Nilai ekonomi itu sendiri menentukan harga barang dan jasa. Faktor penting dalam menciptakan nilai tersebut adalah produksi, pemasaran, dan konsumsi. Pemasaran menjadi penghubung antara kegiatan produksi dan konsumsi.

### **Jumlah Anggota Keluarga**

Jumlah anggota keluarga sangat menentukan jumlah kebutuhan keluarga. Semakin banyak anggota keluarga berarti semakin banyak pula jumlah kebutuhan keluarga yang harus dipenuhi. Begitu pula sebaliknya, semakin sedikit anggota keluarga berarti semakin sedikit pula kebutuhan yang harus dipenuhi keluarga. Sehingga dalam keluarga yang jumlah anggotanya banyak, akan diikuti oleh banyaknya kebutuhan yang harus dipenuhi. Semakin besar ukuran rumah tangga berarti semakin banyak anggota rumah tangga yang pada akhirnya akan semakin berat beban rumah tangga untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya. Menurut Mantra (2003:16) yang termasuk jumlah anggota keluarga adalah seluruh jumlah anggota keluarga rumah tangga yang tinggal dan makan dari satu dapur dengan kelompok penduduk yang sudah termasuk dalam kelompok tenaga kerja. Kelompok yang dimaksud makan dari satu dapur adalah bila pengurus kebutuhan sehari-hari dikelola bersama-sama menjadi satu. Jadi, yang termasuk dalam jumlah anggota keluarga adalah mereka yang belum bisa memenuhi kebutuhan sehari-hari karena belum bekerja (dalam umur non produktif) sehingga membutuhkan bantuan orang lain (dalam hal ini orang tua).

Menurut Safrudin (2015:15) keluarga adalah suatu kelompok sosial yang ditandai oleh tempat tinggal bersama, kerjasama ekonomi, dan reproduksi yang dipersatukan oleh pertalian perkawinan atau adopsi yang disetujui secara sosial, yang saling berinteraksi sesuai dengan peranan-peranan sosialnya.

### **Struktur Jumlah Keluarga**

Menurut Lestari (2012:27), bahwa struktur jumlah anggota keluarga adalah serangkaian tuntutan fungsional tidak terlihat, yang mengorganisasi cara-cara anggota keluarga dalam

berinteraksi. Sebuah keluarga merupakan sistem yang saling berinteraksi antara satu sama lain dengan membentuk pola bagaimana, kapan, dan dengan siapa berelasi.

### **Karakteristik Jumlah Anggota Keluarga**

Afiah dan Purnamasari (2004:3) Mengidentifikasi enam karakteristik jumlah keluarga sebagai berikut :

- a. Memiliki komitmen.
- b. Terdapat kesediaan untuk dapat mengungkapkan apresiasi.
- c. Terdapat waktu untuk berkumpul bersama.
- d. Mengembangkan spiritualitas.
- e. Menyelesaikan konflik serta menghadapi tekanan dan krisis dengan efektif.

### **Ciri-Ciri Jumlah Anggota Keluarga**

Menurut Menurut Robert dan Charles Horton *dalam* Setiadi (2008:3), antara lain :

- a. Keluarga merupakan hubungan perkawinan.
- b. Keluarga membentuk suatu kelembagaan yang berkaitan dengan hubungan perkawinan yang sengaja di bentuk / di pelihara.
- c. Keluarga mempunyai suatu bentuk sistim tata nama (nomen clatur) termasuk perhitungan garis keturunan.
- d. Keluarga mempunyai fungsi ekonomi yang di bentuk oleh anggota-anggotanya yang berkaitan dengan kemampuan untuk mempunyai keturunan dan membesarkan anak.
- e. Keluarga merupakan tempat tinggal bersama dan kerja sama ekonomi.


### **Kenyamanan**

Menurut Maslow (1991:120) mengemukakan bahwa kenyamanan sebagai kebutuhan yang mendorong individu memperoleh ketentraman dan kepastian, dan keteraturan dari keadaan lingkungan. Menurut Sutarno (2003:28) kenyamanan dapat diartikan sebagai suatu keadaan dalam diri seseorang atau sekelompok orang telah berhasil mendapatkan sesuatu yang diinginkan oleh hati dan perasaannya.

Sedangkan menurut Menurut Kolcaba (2003:21) bahwa kenyamanan adalah kondisi dimana manusia telah memenuhi kebutuhan dasarnya yang bersifat individual dan holistik, sehingga tercipta perasaan sejahtera pada diri individu tersebut.

### **Kenyamanan Terbagi Menjadi Tiga**

Kenyamanan menurut Keliat (2015:67) dapat dibagi menjadi tiga yaitu:

- 
- a. Kenyamanan fisik; merupakan rasa sejahtera atau nyaman secara fisik.
  - b. Kenyamanan lingkungan; merupakan rasa sejahtera atau rasa nyaman yang dirasakan didalam atau dengan lingkungannya
  - c. Kenyamanan sosial; merupakan keadaan rasa sejahtera atau rasa nyaman dengan situasi sosialnya.

### **Aspek-Aspek Kenyamanan**


Menurut Potter & Perry (2006:89) rasa nyaman merupakan merupakan keadaan terpenuhinya kebutuhan dasar manusia yaitu kebutuhan ketentraman (kepuasan yang dapat meningkatkan penampilan sehari-hari), kelegaan (kebutuhan yang telah terpenuhi), dan transenden. Kenyamanan seharusnya dipandang secara holistic yang mencakup empat aspek yaitu:

- a. Fisik, berhubungan dengan sensasi tubuh
- b. Sosial, berhubungan dengan interpersonal, keluarga, dan sosial
- c. Psikospiritual, berhubungan dengan kewaspadaan internal dalam diri seorang yang meliputi harga diri, seksualitas dan makna kehidupan.
- d. Lingkungan, berhubungan dengan latar belakang pengalaman eksternal manusia seperti cahaya, bunyi, temperature, dan unsur lainnya.

### **Pendapatan**

Menurut Martani, dkk (2016:204) Pendapatan adalah penghasilan yang berasal dari aktivitas normal dari suatu entitas dan merujuk kepada istilah yang berbeda-beda seperti penjualan (*sales*), pendapatan jasa (*fees*), bunga (*interest*), dividen (*dividend*), dan royalti (*royalty*). Menurut Sudermi (2007:133) mengatakan bahwa pendapatan merupakan semua penerimaan seseorang sebagai balas jasanya dalam proses produksi. Balas jasa tersebut bisa berupa upah, bunga, sewa, maupun laba tergantung pada faktor produksi pada yang dilibatkan dalam proses produksi. Menurut Sunyoto (2000:80) mendefinisikan pendapatan adalah sejumlah dana yang diperoleh dari pemanfaatan faktor produksi yang dimiliki. Sumber pendapatan tersebut meliputi :

- a. Sewa kekayaan yang digunakan oleh orang lain, misalnya menyewakan rumah, tanah.
- b. Upah atau gaji karena bekerja kepada orang lain ataupun menjadi pegawai negeri.

- 
- c. Bunga karena menanamkan modal dibank ataupun perusahaan misalnya menandatangani uang dan membeli saham
  - d. Hasil dari usaha wiraswasta, misalnya berdagang, berternak, mendirikan perusahaan ataupun bertani.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa pendapatan atau *income* adalah uang yang diterima seseorang untuk balas jasa dari perusahaan dalam bentuk gaji, upah, bunga, dan laba termasuk juga beragam tunjangan seperti, kesehatan dan pensiun.

### **Macam-Macam Pendapatan**

Menurut Soemitro (2009:66-65) menyatakan bahwa pendapatan atau penghasilan meliputi: gaji/upah, komisi, bonus, gratifikasi atau uang pensiun, honorarium, hadiah undian, dan penghargaan, laba bruto usaha, keuntungan karena penjualan.

Menurut Trianto (2007:135) menyatakan bahwa pendapatan meliputi antara lain: gaji pokok, tunjangan gaji, tunjangan fungsional, tunjangan profesi, tunjangan khusus, dan masalah tambahan yang terkait dengan tugasnya dalam pekerjaannya. Sedangkan Donelly (2003:305-309) membagi pendapatan kedalam dua kategori umum, yaitu:

- a. Pendapatan ekstrinsik, yaitu imbalan yang berasal dari pekerjaan, meliputi: uang (gaji atau upah), status, promosi, dan rasa hormat).
- b. Pendapatan instrinsik, yaitu merupakan bagian dari pekerjaan itu sendiri, meliputi: rasa penyelesaian, pencapaian atau prestasi, otonomi, dan pertumbuhan pribadi

### **Karakteristik Pendapatan**

Menurut Suwardjono (2010:354) dalam kaitannya dengan operasi perusahaan yang utama, pendapatan dapat dikarakteristikan sebagai berikut :

- a. Aliran Masuk atau Kenaikan Aset
- b. Kegiatan yang mempresentasi operasi utama atau sentral yang menerus
- c. Pelunasan, penurunan, atau pengurangan kewajiban
- d. Suatu Entitas
- e. Produk perusahaan
- f. Pertukaran produk
- g. Menyandang beberapa nama atau mengambil beberapa bentuk
- h. Mengakibatkan kenaikan ekuitas.

### Faktor-Faktor Pendapatan

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan menurut Sukmayanti (2008:117) adalah :

a. Kesempatan kerja yang tersedia

Semakin banyak kesempatan kerja yang tersedia berarti semakin banyak penghasilan yang bisa diperoleh dari hasil kerja tersebut.

b. Jenis Pekerjaan

Terdapat banyak jenis pekerjaan yang dapat dipilih seseorang dalam melakukan pekerjaannya untuk mendapatkan penghasilan.

c. Kecakapan dan Keahlian

Dengan bekal kecakapan dan keahlian yang tinggi akan dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas yang pada akhirnya berpengaruh pula terhadap penghasilan.

d. Motivasi atau dorongan

Motivasi dan dorongan juga mempengaruhi jumlah penghasilan, semakin besar dorongan seseorang untuk melakukan pekerjaan, semakin besar pula penghasilan yang diperoleh. Selain itu juga lokasi bekerja yang dekat dengan tempat tinggal dan kota, akan membuat seseorang lebih semangat untuk bekerja.

e. Keuletan kerja.

Keuletan kerja dapat disamakan dengan ketekunan, keberanian untuk menghadapi segala macam tantangan. Bila saat menghadapi kegagalan maka kegagalan tersebut dijadikan sebagai bekal untuk meneliti ke arah kesuksesan dan keberhasilan.

f. Banyak sedikitnya modal yang digunakan

Besar kecilnya usaha yang dilakukan seseorang sangat dipengaruhi oleh besar kecilnya modal yang digunakan. Suatu usaha yang besar akan dapat memberikan peluang yang besar pula terhadap pendapatan yang akan diperoleh.


### Sumber-Sumber Pendapatan

Pendapatan menurut Maryam (2012:13) pada dasarnya terbagi menjadi tiga sumber, yaitu:

a. Gaji dan Upah, yang diperoleh dari:

1) Kerja pokok

2) Kerja sampingan

- 
- 3) Kerja lembur
  - b. Usaha Sendiri, meliputi:
    - 1) Hasil bersih dari usaha sendiri
    - 2) Komisi
    - 3) Penjualan
  - c. Pendapatan lainnya, meliputi:

Hasil investasi yaitu pendapatan yang diperoleh dari hak milik tanah.

### **Pelanggan**

Pelanggan adalah orang yang menjadi pembeli produk yang telah dibuat dan dipasarkan oleh sebuah perusahaan, dimana orang ini bukan hanya sekali membeli produk tersebut tetapi berulang-ulang atau menetap. Menurut Daryanto dan Setyobudi (2014:49) Pelanggan adalah orang-orang yang kegiatannya membeli dan menggunakan suatu produk, baik barang maupun jasa secara terus menerus. Pelanggan atau pemakai suatu produk adalah orang-orang yang berhubungan secara langsung maupun tidak langsung dengan perusahaan-perusahaan bisnis. Menurut Greenberg (2010:8) pelanggan atau *customer* adalah individu atau kelompok yang terbiasa membeli sebuah produk atau jasa berdasarkan keputusan mereka atas pertimbangan manfaat maupun harga yang kemudian melakukan hubungan dengan perusahaan melalui telepon, surat, dan fasilitas lainnya untuk mendapatkan suatu penawaran baru dari perusahaan. Sedangkan menurut Nasution (2004:102) pelanggan suatu perusahaan adalah orang yang membeli dan menggunakan produk suatu perusahaan.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pelanggan adalah individu atau kelompok yang membeli atau menggunakan sebuah produk atau jasa secara tetap yang kemudian melakukan hubungan dengan perusahaan untuk mendapatkan suatu penawaran baru dari perusahaan.

### **Jenis-Jenis Pelanggan**

Jenis-Jenis Pelanggan menurut Daryanto dan Setyobudi (2014:49) secara garis besar terdapat tiga jenis pelanggan, yaitu:

#### **a. Pelanggan internal**

Pelanggan internal (*internal customer*) adalah orang-orang atau pengguna produk yang berada di dalam perusahaan dan memiliki pengaruh terhadap maju mundurnya perusahaan.

**b. Pelanggan perantara**

Pelanggan perantara (*intermediate customer*) adalah setiap orang yang berperan sebagai perantara produk, bukan sebagai pemakai. Komponen distributor, seperti agen-agen koran yang memasarkan koran, atau toko-toko buku merupakan contoh pelanggan perantara.

**c. Pelanggan eksternal**

Pelanggan eksternal (*external customer*) adalah setiap orang atau kelompok orang pengguna suatu produk (barang/jasa) yang dihasilkan oleh perusahaan bisnis. Pelanggan eksternal inilah yang berperan sebagai pelanggan nyata atau pelanggan akhir.

**Kepuasan Pelanggan**

Menurut Tjiptono (2019:76) kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai perbandingan antara harapan atau ekspektasi sebelum pembelian dan persepsi terhadap kinerja setelah pembelian. Menurut Kotler dan Keller (2009:138) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipresepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang. Sedangkan menurut Kotler (2003:42) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.

**METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan pada kantor PT PLN (Persero) Unit Layanan Pelanggan Baturaja. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Menurut Sugiyono (2018:29), metode deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan listrik pascabayar yang tidak beralih ke listrik Prabayar pada PT PLN (Persero) unit Layanan Pelanggan Baturaja yang berjumlah 63.000 sampai dengan bulan Januari 2023. Teknik sampling yang digunakan adalah *simple random sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis kualitatif dan kuantitatif.

## HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2018:122) Uji validitas adalah untuk mengetahui tingkat kevalidan dari instrumen kuesioner yang digunakan dalam pengumpulan data. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah item-item yang tersaji dalam kuesioner benar-benar mampu mengungkapkan dengan pasti apa yang akan diteliti. Pengujian validitas ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS 23 *for windows*. Menurut Santoso (2004:277), untuk mengukur valid atau tidaknya data yang diuji tersebut juga dapat ditentukan dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

- 1) Apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka item kuesioner tersebut valid
- 2) Apabila  $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ , maka dapat dikatakan item kuesioner tidak valid.

Adapun hasil perhitungan uji validitas variabel Jumlah Anggota Keluarga ( $X_1$ ) dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

**Tabel 2.**  
**Hasil Analisis Uji Validitas Variabel Jumlah Anggota Keluarga ( $X_1$ )**

Variabel	Item Pernyataan	r hitung	r <sub>tabel</sub>	Keputusan
Kenyamanan ( $X_1$ )	Pernyataan 1	0.379	0.1966	Valid
	Pernyataan 2	0.279	0.1966	Valid
	Pernyataan 3	0.379	0.1966	Valid
	Pernyataan 4	0.312	0.1966	Valid
	Pernyataan 5	0.438	0.1966	Valid

Sumber : Data primer (diolah), Juni 2022.

Berdasarkan tabel 2 diatas, pernyataan 1, 2, 3, 4, dan 5 diketahui  $r_{hitung} > r_{tabel}$  atau seluruh item nilainya lebih dari 0.1966 maka seluruh item pada variabel penelitian ini adalah valid sehingga dapat digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian.

Hasil uji validitas variabel Kenyamanan ( $X_2$ ) dijabarkan pada tabel berikut:

**Tabel 3.**  
**Hasil Analisis Uji Validitas Variabel Kenyamanan ( $X_1$ )**

Variabel	Item Pernyataan	r hitung	r <sub>tabel</sub>	Keputusan
Kenyamanan ( $X_2$ )	Pernyataan 1	0.498	0.1966	Valid
	Pernyataan 2	0.404	0.1966	Valid
	Pernyataan 3	0.404	0.1966	Valid
	Pernyataan 4	0.385	0.1966	Valid
	Pernyataan 5	0.270	0.1966	Valid

Sumber : Data primer (diolah), Juni 2022.

Berdasarkan tabel 2 diatas, pernyataan 1, 2, 3, 4, dan 5 diketahui  $r_{hitung} > r_{tabel}$  atau

seluruh item nilainya lebih dari 0.1966 maka seluruh item pada variabel penelitian ini adalah valid sehingga dapat digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian.

Hasil uji validitas variabel Pendapatan ( $X_3$ ) dijabarkan pada tabel berikut:

**Tabel 4.**  
**Hasil Analisis Uji Validitas Variabel Pendapatan ( $X_2$ )**

Variabel	Item Pernyataan	r hitung	r <sub>tabel</sub>	Keputusan
Pendapatan ( $X_3$ )	Pernyataan 1	0,543	0.1966	Valid
	Pernyataan 2	0,493	0.1966	Valid
	Pernyataan 3	0,318	0.1966	Valid
	Pernyataan 4	0,344	0.1966	Valid
	Pernyataan 5	0,228	0.1966	Valid

Sumber : Data primer (diolah), Juni 2022.

Berdasarkan tabel 12 diatas, pernyataan 1, 2, 3, 4, dan 5 diketahui  $r_{hitung} > r_{tabel}$  atau seluruh item nilainya lebih dari 0.1966 maka seluruh item pada variabel penelitian ini adalah valid sehingga dapat digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian.

Adapun hasil uji validitas untuk variabel Pelanggan (Y) dijabarkan pada tabel 3 berikut ini:

**Tabel 5.**  
**Hasil Analisis Uji Validitas Variabel Pelanggan (Y)**

Variabel	Item Pernyataan	r hitung	r <sub>tabel</sub>	Keputusan
Pendapatan (Y)	Pernyataan 1	0,494	0.1966	Valid
	Pernyataan 2	0,313	0.1966	Valid
	Pernyataan 3	0,415	0.1966	Valid
	Pernyataan 4	0,415	0.1966	Valid
	Pernyataan 5	0,226	0.1966	Valid

Sumber : Data primer (diolah), Juni 2022.

Berdasarkan tabel 13 diatas, pernyataan 1, 2, 3, 4, dan 5 diketahui  $r_{hitung} > r_{tabel}$  atau seluruh item nilainya lebih dari 0.1966 maka seluruh item pada variabel penelitian ini adalah valid sehingga dapat digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian.

### Uji Reliabilitas

Menurut Sujarweni (2014:192), uji reliabilitas adalah ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan kontruk- kontruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam kuesioner. Pengujian reliabilitas dapat dilakukan secara eksternal (*stability/test retest, equivalent* atau gabungan keduanya) dan secara internal (analisis konsistensi butir- butir yang ada pada instrumen). Setelah penelitian selesai dilakukan maka untuk mengukur pertanyaan dari masing-masing variabel penelitian, dilakukan uji reliabilitas yaitu *Cronbach's Alpha* maka penelitian ini

dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS versi 16 for windows.

Hasil uji reliabilitas kuisioner penelitian ini ditampilkan pada tabel berikut :

**Tabel 6.**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

No	Variabel	Alpha Cronbach	Kriteria	Keputusan
1	Jumlah anggota keluarga (X <sub>1</sub> )	0,603	0,60	Reliabel
2	Kenyamanan (X <sub>2</sub> )	0,635	0,60	Reliabel
3	Pendapatan (X <sub>3</sub> )	0,625	0,60	Reliabel
4	Pelanggan (Y)	0,612	0,60	Reliabel

Sumber : Data primer (diolah), 2023.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel dapat disimpulkan bahwa nilai reliabilitas *alpha cronbach* kuisioner diatas 0,60 maka kuisioner adalah reliabel. Sehingga dapat digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian.

### Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah regresi linier yang digunakan untuk menganalisis besarnya pengaruh antara variabel independent yaitu faktor jumlah anggota keluarga (X<sub>1</sub>), faktor kenyamanan (X<sub>2</sub>), faktor pendapatan (X<sub>3</sub>) terhadap variabel dependent yaitu pelanggan (Y) listrik pascabayar.

**Tabel 7.**  
**Hasil Regresi Linear Berganda**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.427	1.620		2.732	.007
	Jumlah anggota keluarga (X <sub>1</sub> )	.019	.102	.019	.184	.855
	Kenyamanan (X <sub>2</sub> )	.385	.106	.397	3.634	.000
	Pendapatan (X <sub>3</sub> )	.408	.111	.414	3.682	.000

a. Dependent Variable: Pelanggan (Y)

Sumber : Data Primer (diolah), 2023

Dari tabel 7 diperoleh suatu persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 4.427 - 0.019X_1 + 0.385X_2 + 0.408X_3$$

Berdasarkan persamaan diatas dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar 4,427

Hal ini berarti bahwa jika jumlah anggota keluarga, kenyamanan dan pendapatan tidak ada atau bernilai nol, maka pelanggan (Y) listrik pascabayar sebesar nilai konstanta itu sendiri

yaitu 4,427.

2. Nilai koefisien regresi Jumlah anggota keluarga ( $X_1$ ) sebesar 0,019.

Artinya setiap terjadi penurunan sebesar satu satuan pada variabel jumlah anggota keluarga ( $X_1$ ), maka pelanggan (Y) listrik pascabayar akan menurun sebesar 0,019 dan variabel lokasi jumlah anggota keluarga ( $X_1$ ) dianggap konstanta.

3. Nilai koefisien regresi Kenyamanan ( $X_2$ ) sebesar 0,385

Artinya setiap kenaikan sebesar satu satuan variabel kenyamanan ( $X_2$ ), maka pelanggan (Y) listrik pascabayar akan meningkat sebesar 0,385 dengan asumsi variabel kenyamanan ( $X_2$ ) dianggap konstanta.

4. Nilai koefisien regresi pendapatan ( $X_3$ ) sebesar 0,408

Artinya setiap kenaikan sebesar satu satuan variabel pendapatan ( $X_3$ ), maka pelanggan (Y) listrik pascabayar akan meningkat sebesar 0,408 dengan asumsi variabel pendapatan ( $X_3$ ) dianggap konstanta.

### Analisis Korelasi Linear Berganda

Koefisien korelasi adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui arah dan kuatnya hubungan antar variabel independent yaitu faktor jumlah anggota keluarga ( $X_1$ ), faktor kenyamanan ( $X_2$ ), faktor pendapatan ( $X_3$ ) terhadap variabel dependent pelanggan (Y) listrik pascabayar.

**Tabel 8.**  
**Hasil Korelasi Linear Berganda**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.780 <sup>a</sup>	.609	.597	.936

a.Predictors: (Constant), Pendapatan ( $X_3$ ), Jumlah anggota keluarga( $X_1$ ), Kenyamanan ( $X_2$ )

b.Dependent Variable: Pelanggan (Y)

Sumber : Data Primer (diolah), 2023

Dari hasil analisis SPSS diketahui bahwa nilai r koefisien korelasi = 0,780. Berdasarkan interval koefisien korelasi  $r = 0,780$  dapat dinyatakan bahwa hubungan antara jumlah anggota keluarga, kenyamanan, pendapatan terhadap pelanggan pascabayar pada PT PLN (PERSERO) Unit Layanan Pelanggan Baturaja dinyatakan hubungan kuat karena berada pada interval 0,60-0,799.

### Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh presentase kontribusi

variabel independen terhadap variabel dependen (Priyatno, 2010:66). Dalam penelitian ini koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independent yaitu faktor jumlah anggota keluarga ( $X_1$ ), faktor kenyamanan ( $X_2$ ) dan faktor pendapatan ( $X_3$ ) terhadap variabel dependent yaitu pelanggan (Y) listrik pascabayar. Hasil analisis koefisien determinasi penelitian ini ditampilkan pada tabel berikut :

**Tabel 9.**  
**Koefesien Determinasi**

Model Sumary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.780 <sup>a</sup>	.609	.597	.936

a.Predictors: (Constant), Pendapatan ( $X_3$ ), Jumlah anggota keluarga ( $X_1$ ), Kenyamanan ( $X_2$ )

b.Dependent Variable: Pelanggan (Y)

Sumber : Data Primer (diolah), 2023

Berdasarkan tabel 9 diatas, nilai koefisien determinasi (*R square*) pada penelitian ini adalah sebesar 0,609 atau 60,9% yang menunjukkan bahwa kontribusi variabel independent yaitu jumlah anggota keluarga ( $X_1$ ), kenyamanan ( $X_2$ ), pendapatan ( $X_3$ ) dengan variabel dependent yaitu pelanggan (Y) listrik pascabayar adalah sebesar 60,9%% Sementara itu 39,1% sisanya merupakan kontribusi dari faktor-faktor lain yang tidak diteliti.

### Uji Hipotesis

#### Uji Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen yaitu jumlah anggota keluarga ( $X_1$ ), kenyamanan ( $X_2$ ), Pendapatan ( $X_3$ ) secara parsial mempunyai pengaruh terkait dengan variabel dependen yaitu pelanggan (Y) listrik pascabayar pada PT PLN (PERSERO) Unit Layanan Pelanggan Baturaja. Hasil uji t penelitian ini ditampilkan pada tabel berikut :

**Tabel 10.**  
**Hasil Pengujian Uji t**

Model	t <sub>hitung</sub>	t <sub>tabel</sub>	Kesimpulan
Constanta	4,427		
Jumlah Anggota Keluarga ( $X_1$ )	0,184	1.98498	Ha
Kenyamanan ( $X_2$ )	3,634	1.98498	Diterima
Pendapatan ( $X_3$ )	3,682	1.98498	Ha Ditolak Ha Ditolak

Sumber : Data primer (diolah), Juni 2023.

Berdasarkan hasil pengolahan data yang terdapat dalam tabel 14 diatas diperoleh:

Variabel Jumlah anggota keluarga ( $X_1$ ),  $T_{hitung}$  Jumlah anggota keluarga ( $X_1$ ) sebesar

0,184 dengan  $t_{\text{tabel}}$  sebesar 1,98498 karena  $t_{\text{hitung}} (0,811) < (1,98498) t_{\text{tabel}}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh Jumlah anggota keluarga terhadap pelanggan listrik pascabayar PT PLN (PERSERO) Unit Layanan Pelanggan Baturaja. Hal ini disebabkan karena kebutuhan anggota keluarga tidak mempengaruhi seorang pelanggan akan menggunakan layanan listrik pascabayar ataupun layanan listrik Prabayar.

Variabel Kenyamanan ( $X_2$ ),  $t_{\text{hitung}}$  kenyamanan ( $X_2$ ) sebesar 3,634 dengan  $t_{\text{tabel}}$  sebesar 1,98498 karena  $t_{\text{hitung}} (3,634) > (1,98498) t_{\text{tabel}}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya terdapat pengaruh kenyamanan terhadap pelanggan listrik pascabayar PT PLN (PERSERO) Unit Layanan Pelanggan Baturaja.

Variabel Pendapatan ( $X_3$ ),  $t_{\text{hitung}}$  Pendapatan ( $X_3$ ) sebesar 3,682 dengan  $t_{\text{tabel}}$  sebesar 1,98498 karena  $t_{\text{hitung}} (3,682) > (1,98498) t_{\text{tabel}}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya terdapat pengaruh pendapatan terhadap pelanggan listrik pascabayar PT PLN (PERSERO) Unit Layanan Pelanggan Baturaja.

### Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen yaitu jumlah anggota keluarga ( $X_1$ ), kenyamanan ( $X_2$ ), pendapatan ( $X_3$ ) secara bersama-sama mempunyai pengaruh terkait dengan variabel dependen yaitu pelanggan ( $Y$ ) listrik pascabayar pada PT PLN (PERSERO) Unit Layanan Pelanggan Baturaja. Hasil perhitungan uji F dapat dilihat pada tabel 20 sebagai berikut :

**Tabel 11.**  
**Uji Signifikansi Simultan (Uji F)**

ANOVA <sup>b</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	130.859	3	43.620	49.820	.000 <sup>a</sup>
	Residual	84.051	96	.876		
	Total	214.910	99			

a.Predictors: (Constant), Pendapatan ( $X_3$ ), Jumlah anggota keluarga ( $X_1$ ),Kenyamanan ( $X_2$ )

b.Dependent Variable: Pelanggan ( $Y$ )

Sumber : Data Primer (diolah), Juni 2023

Berdasarkan tabel 11 diatas, hasil pengolahan data diperoleh koefisien nilai  $F_{\text{hitung}}$  sebesar 49,820 hasil tersebut kemudian dibandingkan dengan  $F_{\text{tabel}}$  pada tingkat kepercayaan 95% atau  $\alpha = 5\%$  didapat  $F_{\text{tabel}}$  3,09. Jadi  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$  dimana  $49,820 > 3,09$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya terdapat pengaruh jumlah anggota keluarga ( $X_1$ ), kenyamanan ( $X_2$ ), dan pendapatan ( $X_3$ ) secara bersama-sama terhadap variabel pelanggan ( $Y$ ) listrik pascabayar.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pelanggan listrik pascabayar tidak beralih menggunakan listrik Prabayar pada PT PLN (PERSERO) Unit Layanan Pelanggan Baturaja maka dapat disimpulkan bahwa dari persamaan regresi linier berganda yaitu  $Y = 4,427 - 0,019X_1 + 0,385X_2 + 0,408X_3$ . Dari persamaan regresi linear berganda, nilai korelasi R adalah 0,780 yang berada di antara 0,60-0,799 yang berarti korelasi variabel Jumlah anggota keluarga ( $X_1$ ), Kenyamanan ( $X_2$ ), Pendapatan ( $X_3$ ) dan Pelanggan (Y) listrik pascabayar adalah kuat. Untuk koefisien determinasi (*R Square*) pada penelitian ini adalah sebesar 0,609 yang menunjukkan bahwa variabel jumlah anggota keluarga ( $X_1$ ), kenyamanan ( $X_2$ ) dan pendapatan ( $X_3$ ) terhadap pelanggan (Y) listrik pascabayar berkontribusi sebesar 60,9% sedangkan sisanya 39,1% dipengaruhi faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil uji t diperoleh nilai  $t_{hitung}$  jumlah anggota keluarga ( $X_1$ ) sebesar -0,184 ( $df = n - k - 1 = 100 - 3 - 1 = 96; 0,05/2(0,025)$ ). Jadi, nilai  $t_{hitung} (-0,184) < t_{tabel} (1,98498)$  maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh secara parsial antara jumlah anggota keluarga ( $X_1$ ) terhadap pelanggan (Y) listrik pascabayar. Uji t diperoleh nilai  $t_{hitung}$  kenyamanan ( $X_2$ ) sebesar 3,634 ( $df = n - k - 1 = 100 - 3 - 1 = 96; 0,05/2(0,025)$ ). Jadi, nilai  $t_{hitung} (3,634) > t_{tabel} (1,98498)$  maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh secara parsial antara kenyamanan ( $X_2$ ) terhadap pelanggan (Y) listrik pascabayar. Uji t diperoleh nilai  $t_{hitung}$  pendapatan ( $X_3$ ) sebesar 3,682 ( $df = n - k - 1 = 100 - 3 - 1 = 96; 0,05/2(0,025)$ ). Jadi, nilai  $t_{hitung} (3,682) > t_{tabel} (1,98498)$  maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh secara parsial antara pendapatan ( $X_3$ ) terhadap pelanggan (Y) listrik pascabayar. Hasil uji F didapatkan  $F_{hitung}$  sebesar 49,820. Hasil kemudian dibandingkan dengan  $F_{tabel}$  tingkat kepercayaan 95% atau  $\alpha = 5\%$  dengan  $F_{tabel} = F(1-\alpha)$  ( $df$  pembilang = 2), ( $dk$  penyebut =  $100 - 3 - 1 = 96$ ) didapat  $F_{tabel}$  3,09 jadi  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $49,820 > 3,09$  artinya ada pengaruh jumlah anggota keluarga ( $X_1$ ), kenyamanan ( $X_2$ ) dan pendapatan ( $X_3$ ) terhadap pelanggan (Y) listrik pascabayar.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan dapat diberikan saran yaitu:

1. PT PLN (PERSERO) Unit Layanan Pelanggan Baturaja hendaklah melakukan sosialisasi atau strategi promosi yang lebih baik mengenai listrik Prabayar agar pelanggan listrik pascabayar lebih memahami keunggulannya.
2. Untuk penelitian selanjutnya hendaklah dapat menambahkan faktor-faktor lain yang

dapat mempengaruhi pelanggan dalam menetap pada layanan listrik pascabayar.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Agung, Adi Nugroho. 2006. Menumbuhkan Service Loyalty melalui Kualitas Pelayanan dan Pengelolaan Respon Emosi Konsumen pada Perusahaan Jasa. *Jurnal Manajemen*. Vol. 5, No. 2.
- Arikunto. 2010. *Prosedur Penelitian. Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Afiah, F. N., & Purnamasari, S. E. 2004. Hubungan antara Keharmonisan Keluarga dengan Sikap terhadap seks Pranikah pada remaja. *Jurnal Empat*. Yogyakarta.
- Aulia, Riska. 2016. Analisis faktor yang mempengaruhi pelanggan listrik pascabayar tidak beralih menggunakan listrik Prabayar. Universitas Syiah Kuala Banda Aceh. Aceh.
- Colcaba, Khatrine. 2003. *2003. Comfort Theory and Practice: A Vision For Holistic Health Care and Research*. New York: *Spinger Publishing Company*.
- Daryanto dan Ismanto Setyobudi. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. GavaMedia. S. Malang.
- Fajar, Laksana. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Graha Ilmu. Yogyakarta. Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana. 2020. *Pemasaran, Edisi I*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Greenberg, Paul. 2010. *Customer Relationship Management at the Speed of Light*. Berkeley: Mc-Graw Hill.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran edisi ke VIII* jilid 8. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong, 2016. *Principles Of Marketing, Edisi 14*, New Jersey: Prentice-Hall Published.
- Limakrisna, N., & Purba, T. P. 2017. *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi dalam Bisnis Edisi 2*. Mitra Wacana Media. Jakarta.
- Lestari, S. 2012. *Psikologi Keluarga : Penanaman Nilai dan Penanganan Konflik dalam*. Kencana. Jakarta.
- Matra, Ida Bagoes. 2003. *Demografi Umum*. Edisi Kedua: Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Martani, D. dkk. 2016. *Akuntansi Keuangan Menengah Berbasis PSAK Buku 1, Edisi 2*. Salemba Empat. Jakarta.
- Mantra, Ida Bagus. 2003. *Demografi Umum*. Jakarta, Pustaka Raja.
- Priyatno, Duwi. 2010. *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*. Edisi ke Satu Andi. Yogyakarta.
- Philip, Kotler. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Millenium. Jilid 2. PT Prenhallindo. Jakarta.
- Sugiyono, 2008, *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dan RnD*, Alfabeta: Bandung.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sunyoto, Suyato. 2011. *Analisis Regresi untuk Uji Hipotesis*. Caps. Yogyakarta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sumarwan, Ujang. 2014. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Ghalia Indonesia. Bogor.
- Sunyoto, Danang. 2013. *Teori, Kuisisioner & Analisis Data Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Graha Ilmu. Yogyakarta.