Lokawati : Jurnal Penelitian Manajemen dan Inovasi Riset
Volume 4, Nomor 6, November 2026
e-ISSN: 2988-5418; p-ISSN: 2988-6031, Hal. 151-165
DOI: https://doi.org/10.61132/lokawati.v4i6.2865
Tersedia: https://journal.arimbi.or.id/index.php/Lokawati

Pengaruh Survei Data Meter Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PLN (Persero) ULP Paniki

Marieyel Thalita Inem Pongoh[1*], Meiske Wisye Manopo[2], Irfiani Bakari[3]
[1-3]Program Studi Manajemen Bisnis, Politeknik Negeri Manado, Indonesia
Email: thalitapongoh@gmail.com[1], manopomeiske21@gmail.com[2], irfiani.bakri@polimdo.ac.id[3]
**Penulis Korespondensi: thalitapongoh@gmail.com*

Abstract. *This study aims to determine the implementation of the customer meter data survey, the level of customer satisfaction, and the effect of the customer meter data survey on customer satisfaction at PLN (Persero) ULP Paniki. This research was motivated by data discrepancies found in the field, which led PLN (Persero) ULP Paniki to carry out a door-to-door meter data survey program during the August–December 2025 period. This study used a quantitative method with a survey approach through questionnaires distributed to 72 respondents determined using simple random sampling and the Slovin formula. Data were analyzed using simple linear regression with the assistance of SPSS software. The results show that the implementation of the customer meter data survey and the level of customer satisfaction fall into the "Agree" category, with scores of 76.02% and 76.35%, respectively. The hypothesis test results show a calculated t-value of 11.405, greater than the t-table value of 1.667, with a significance value of 0.000, indicating that the customer meter data survey has a positive and significant effect on customer satisfaction, with a coefficient of determination (R^2) of 0.650 or 65%. Thus, the better the implementation of the customer meter data survey, the higher the level of customer satisfaction.*

Keywords: *Customer Data Updating; Customer Meter Data Survey; Customer Satisfaction; Customer Service; Data Quality.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan survei data meter pelanggan, tingkat kepuasan pelanggan, serta pengaruh survei data meter pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pada PLN (Persero) ULP Paniki. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh ditemukannya ketidaksesuaian data pelanggan di lapangan yang mendorong PLN (Persero) ULP Paniki melaksanakan program survei data meter secara door-to-door pada periode Agustus–Desember 2025. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei melalui penyebaran kuesioner kepada 72 responden yang ditentukan menggunakan teknik simple random sampling dan rumus Slovin. Data dianalisis menggunakan regresi linear sederhana dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan survei data meter pelanggan dan tingkat kepuasan pelanggan berada pada kategori "Setuju", dengan skor masing-masing sebesar 76,02% dan 76,35%. Hasil uji hipotesis menunjukkan nilai t hitung sebesar 11,405 lebih besar dari t tabel 1,667 dengan nilai signifikansi 0,000, sehingga survei data meter pelanggan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,650 atau 65%. Dengan demikian, semakin baik pelaksanaan survei data meter pelanggan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan; Kualitas Data; Pelayanan Pelanggan; Pemutakhiran Data; Survei Data Meter Pelanggan.

1. LATAR BELAKANG

Listrik merupakan kebutuhan dasar yang mendukung kegiatan ekonomi, sosial, dan Pembangunan. PLN (Persero) sebagai perusahaan negara yang bertanggung jawab atas penyediaan dan distribusi tenaga listrik mempunyai peran strategis dalam memenuhi kebutuhan tersebut. Sebagai penyedia layanan publik, PLN dituntut untuk memberikan pelayanan berkualitas sehingga kebutuhan dan kepuasan pelanggan terpenuhi.

Dalam penyediaan tenaga listrik kepada masyarakat, PLN menerapkan dua sistem pembayaran, yakni prabayar dan pascabayar, yang dibedakan berdasarkan jenis meter yang digunakan pelanggan. Sistem prabayar menggunakan meter elektronik yang lebih dikenal masyarakat sebagai meter pulsa atau meter token, yaitu perangkat meter digital yang dilengkapi

Naskah Masuk: 31 Juli 2026; Revisi: 31 Agustus 2026; Diterima: 23 September 2026; Terbit: 01 November 2026

layar tampilan serta fitur untuk memasukkan kode token listrik yang telah dibeli pelanggan sebelum listrik dapat digunakan. Melalui meter jenis ini, pelanggan dapat memantau sendiri sisa daya listriknya tanpa perlu menunggu pencatatan dari petugas maupun menerima tagihan bulanan. Sebaliknya, sistem pascabayar masih menggunakan meter konvensional atau meter analog, yaitu meter listrik model lama yang bekerja secara mekanis dan memerlukan pembacaan angka meter secara langsung oleh petugas setiap bulan untuk menentukan besar tagihan yang harus dibayarkan pelanggan. Perbedaan mekanisme kerja kedua jenis meter ini turut memengaruhi kebutuhan keakuratan data pelanggan: pada pelanggan pascabayar, kesesuaian data alamat dan titik lokasi meter sangat menentukan ketepatan proses pembacaan meter serta penerbitan tagihan, sedangkan pada pelanggan prabayar, keakuratan data tetap diperlukan untuk kepentingan identifikasi lokasi saat terjadi gangguan teknis, pemeliharaan jaringan, maupun proses migrasi dari sistem pascabayar ke prabayar. Oleh karena itu, program survei data meter pelanggan yang dilaksanakan ULP Paniki menyasar pelanggan dari kedua sistem pembayaran ini, mengingat permasalahan ketidaksesuaian data yang ditemukan di lapangan tidak terbatas pada satu jenis pelanggan saja.

Secara normatif, pelayanan yang bermutu hanya dapat tercapai apabila didukung oleh administrasi yang tertata serta basis data pelanggan yang akurat dan selalu diperbarui. Laudon dan Laudon (2014:215) menyatakan bahwa kualitas data dalam sistem informasi merupakan faktor krusial bagi kelancaran peoses bisnis, data yang tidak akurat atau usang berpotensi menimbulkan kesalahan operasional, kesalahan penagihan, dan penurunan mutu layanan. Di era perkembangan teknologi saat ini, ekspektasi pelanggan melampaui pasokan informasi, penanganan keluhan yang cepat, serta administrasi yang terorganisir. Oleh karena itu, akurasi data pelanggan menjadi landasan utama bagi terselenggaranya pelayanan yang efektif dan efisien.

Namun kondisi nyata dilapangan menunjukkan ketidaksesuaian antara data pelanggan dalam sistem dan kondisi nyata, khususnya pada Unit Layanan Pelanggan (ULP) Paniki. Selama masa magang penulis pada Agustus - Desember 2025, ditemukan beberapa masalah utama, alamat yang tercantum dalam sistem sering tidak sesuai dengan lokasi sebenarnya sehingga menyulitkan petugas dalam menemukan pelanggan, beberapa lokasi yang tercatat masih atas nama pelanggan lama telah di huni pihak lain (penyewa, anggota keluarga, atau penghuni baru) tanpa pembaruan data kepemilikan secara resmi kondisi tersebut menyebabkan proses pelayanan menjadi kurang efektif karena data administrasi tidak mencerminkan kondisi nyata di lapangan

Menanggapi permasalahaan tersebut, ULP Paniki melaksanakan program survei data meter pelanggan pada periode Agustus – Desember 2025 melalui kunjungan door-to-door. Program ini bertujuan memutakhirkan data pelanggan dengan mengoreksi, memperbarui, dan menyesuaikan informasi lama agar akurat, valid, dan berkualitas. O'Brien dan Marakas (2010:412) menjelaskan bahwa pemutakhiran data bukan sekedar aktivitas teknis, melainkan juga memiliki peran penting dalam meningkatkan responsivitas dan akuntabilitas layanan. Selain itu, penerapan aplikasi Catat Meter Terpusat (ACMT) dilaporkan berkontribusi pada peningkatan efisiensi dan akurasi pencatatan data pelanggan. secara umum survei survei bertujuan memperoleh kondisi lapangan yang sebenarnya agar data yang tersimpan lebih akurat sehinggan proses pelayanan menajdi lebih efektif dan efisien.

Meskipun program survei telah dijalankan, sampai saat ini belum terdapat penelitian yang secara khusus mengkaji pengaruh survei data meter pelanggan terhadap kepuasan pelanggan di ULP Paniki. Penelitian sebelumnya seperti Rahman (2019) pada PLN Area Manado dan Layongan, Nangoi, dan Kalalo (2022) pada PLN UP3 Kotamobagu menunjukkan hubungan positif antara kualitas pelayanan atau kualitas sistem informasi dengan kepuasan pelanggan. Namun kedua studi tersebut belum meneliti dampak spesifik program pemutakhiran data melalui survei langsung (door-to-door). Survei data meter merupakan intervensi operasional yang berfokus pada pemutakhiran data pelanggan di lapangan dan dapat memiliki implikasi yang berbeda dibandingkan yang diteliti sebelumnya.

Berdasarkan uraian diatas tersebut maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian tantang "Pengaruh Survei Data Meter Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PLN (Persero) ULP Paniki".

2. KAJIAN TEORITIS

Survei Data Meter Pelanggan

Menurut Laudon dan Laudon (2014) dan O'Brien dan Marakas (2010), indikator kualitas data meliputi: (1) Akurasi, (2) Kelengkapan, (3) Konsistensi, dan (4) Ketepatan Waktu (dikutip dari Hulu dan Nasution, 2025). Survei data meter pelanggan dalam konteks penelitian ini merujuk pada kegiatan kunjungan lapangan ynag dilaksanakan oleh petugas PLN (Persero) ULP Paniki secara door-to-door untuk memferivikasi, memperbaiki, dam memperbarui data pelanggan yang tersimpan dalam sistem informasi perushaan. Kegiatan ini sejalan dengan konsep pemuktahiran data yang dijelaskan oleh O'Brien dan Marakas (2010:412), pemuktahiran data adalah proses mengoreksi, menyegarkan, dan menyesuaikan data lama agar mencerminkan kondisi terkini, sehingga informasi tetap akurat, valid, dan berkualits tinggi.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan menjadi topik yang terus dikaji dalam ilmu manajemen karena berkaitan langsung dengan keberlangsungan dan citra sebuah organisasi jasa. Banyak pakar mendefinisikannya dari berbagai sudut pandang, namun semuanya sepakat bahwa penilaian akhir ada di tangan pelanggan, bukan perusahaan. Kotler dan Keller (2016:153) merumuskan kepuasan pelanggan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) suatu produk atau layanan yang dipersepsikan terhadap ekspektasi mereka.

Hubungan Survei Data Meter Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan

Keterkaitan antara keakuratan data pelanggan dan kepuasan pelanggan sesungguhnya bersifat sangat fundamental. Ketika data pelanggan tidak tepat, hamper seluruh proses pelayanan yang bertumpu pada data tersebut ikut terganggu. Laudon dan Laudon (2014:217) Data pelanggan yang tidak akurat atau usang dapat menyebabkan kesalahan penagihan, keterlambatan penanganan pengaduan, dan terganggunua keseluruhan proses pelayanan

Pelaksanaan Survei Data Meter Pelanggan di PLN (Persero) ULP Paniki

Program survei data meter pelanggan yang dijalankan PLN (Persero) ULP Paniki pada periode Agustus-Desember 2025 bukan sekedar kegiatan administratif rutin, melainkan merupakan langkah strategis untuk mengatasi permasalahan ketidaksesuaian data yang selama ini menghambat kelancaran layanan. Dari sudut pandang manajemen sistem informasi, kegiatan ini merupakan implementasi nyata dari prinsip pemuktahiran data (data updating) yang ditekankan oleh O'Brien dan Marakas (2010) dimana data pelanggan yang ada diverifikasi langsung di lapangan untuk memastikan kesesuaiannya dengan kondisi aktual.

Tingkat Kepuasan Pelanggan di PLN (Persero) ULP Paniki

Kepuasan pelanggan PLN (Persero) ULP Paniki dalam penelitian ini diukur menggunakan lima indikator kepuasan pelanggan yang telah divalidasi secara akademis maupun empiris. Pilihan indikator ini didasarkan pada keberhasilan penerapannnya dalam berbagai penelitian tentang kepuasan pelanggan PLN di Indonesia, seperti yang ditunjukkan oleh Rahman (2019). Rahman (2019) dalam penelitiannya di PLN (Persero) Area Manado menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PLN di Sulawesi Utara. Temuan ini sangat relevan karena PLN Area Manado secara struktual merupakan induk dari ULP Paniki, sehingga karakteristik pelanggan dan dinamika layanan di kedua unit tersebut memiliki banyak kemiripan.

Pengaruh Survei Data Meter Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Secara logis, rantai sebab-akibat antara survei data meter pelanggan dan kepuasan pelanggan dapat diuraikan sebagai berikut: pertama, survei data yang dilaksanakan dengan baik akan menghasilkan data pelanggan yang akurat dan lengkap; kedua, data yang akurat memperlancar seluruh proses operasional seperti pencatatan meter, penerbitan tagihan, dan penanganan pengaduan; ketiga, kelancaran proses operasional ini pada akhirnya meningkatkan kepuasan yang dirasakan pelanggan, khususnya pada kesesuaian harapan dan kepuasan atas penanganan keluhan (Laudon&Laudon, 2014; Kotler & Keller, 2016).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *field research* dan *library research* untuk mengetahui pengaruh survei data meter pelanggan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada PLN (Persero) ULP Paniki. Penelitian dilaksanakan di PLN (Persero) ULP Paniki, Jl. Durian Raya No. 03, Paniki Dua, Kecamatan Mapanget, Sulawesi Utara, dengan pengambilan dan pengolahan data pada periode Agustus–Desember 2025 serta penyusunan proposal hingga ujian dan perbaikan pada Februari–Juli 2026. Populasi penelitian terdiri atas 250 pelanggan aktif yang menjadi target survei data meter pelanggan secara *door-to-door*, sedangkan sampel ditentukan menggunakan teknik *Simple Random Sampling* dan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%. Instrumen penelitian berupa kuesioner yang mengukur variabel survei data meter pelanggan melalui indikator akurasi data, kelengkapan data, ketepatan waktu, dan cakupan survei, serta variabel kepuasan pelanggan melalui indikator kesesuaian harapan, kepuasan keseluruhan, minat menggunakan layanan kembali, kesediaan merekomendasikan, dan ketanggapan terhadap keluhan, dengan pengukuran menggunakan Skala Likert lima tingkat. Data penelitian terdiri atas data primer yang diperoleh langsung dari responden melalui kuesioner dan data sekunder berupa profil instansi, data staf, serta penelitian terdahulu. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dan kajian pustaka, sedangkan analisis data dilakukan secara kuantitatif menggunakan SPSS melalui analisis statistik deskriptif, uji validitas dengan korelasi *Product Moment Pearson*, uji reliabilitas dengan *Cronbach's Alpha*, analisis regresi linear sederhana, uji t untuk menguji pengaruh variabel X terhadap Y, serta koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui besarnya kemampuan variabel survei data meter pelanggan dalam menjelaskan variasi kepuasan pelanggan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Data

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Survei Data Meter Pelanggan (X).

Variabel	Item	R hitung	R tabel	Keterangan
Survei Data Meter Pelanggan (X)	X1	0,409	0,232	Valid
	X2	0,744	0,232	Valid
	X3	0,758	0,232	Valid
	X4	0,792	0,232	Valid
	X5	0,762	0,232	Valid
	X6	0,800	0,232	Valid
	X7	0,756	0,232	Valid
	X8	0,806	0,232	Valid
	X9	0,731	0,232	Valid
	X10	0,756	0,232	Valid
	X11	0,780	0,232	Valid
	X12	0,737	0,232	Valid

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2026

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).

Variabel	Item	R hitung	R tabel	Keterangan
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y1	0,729	0,232	Valid
	Y2	0,845	0,232	Valid
	Y3	0,734	0,232	Valid
	Y4	0,785	0,232	Valid
	Y5	0,649	0,232	Valid
	Y6	0,779	0,232	Valid
	Y7	0,847	0,232	Valid
	Y8	0,812	0,232	Valid
	Y9	0,743	0,232	Valid
	Y10	0,642	0,232	Valid
	Y11	0,622	0,232	Valid
	Y12	0,610	0,232	Valid
	Y13	0,761	0,232	Valid
	Y14	0,789	0,232	Valid
	Y15	0,727	0,232	Valid

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2026

Berdasarkan Tabel 1 dan Tabel 2 di atas, terlihat bahwa seluruh item pernyataan pada variabel survei data meter pelanggan (X) sebanyak 12 item maupun pada variabel kepuasan pelanggan (Y) sebanyak 15 item memiliki nilai r hitung yang lebih besar dibandingkan nilai r tabel (0,232). Dengan demikian, seluruh item pernyataan pada kedua variabel dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen dalam mengumpulkan data penelitian.

Uji Reliabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas.

Variabel	Cronbach's Alpha	Jumlah Item	Keterangan
Survei Data Meter Pelanggan (X)	0,923	12	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,940	15	Reliabel

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2026

Hasil pengujian pada Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha untuk variabel survei data meter pelanggan (X) sebesar 0,923 dan variabel kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,940. Kedua nilai tersebut berada jauh di atas ambang batas 0,60, bahkan tergolong pada kategori reliabilitas yang sangat tinggi. Dengan demikian, seluruh item pernyataan pada kuesioner penelitian ini dinyatakan reliabel atau konsisten apabila digunakan secara berulang untuk mengukur objek yang sama.

Analisis Deskriptif

Tabel 4. Deskriptif Variabel Survei Data Meter Pelanggan (X), Kepuasan Pelanggan (Y)

Variabel	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance	Skewness	Std. Error	Kurtosis	Std. Error
Survey Data Meter Pelanggan	72	24	36	60	45.61	6.575	43.227	0.114	0.283	-0.656	0.559
Kepuasan Pelanggan	72	30	45	75	57.26	8.617	74.253	0.097	0.283	-0.862	0.559
Valid N (listwise)	**72**										

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2026

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada Tabel 4, dapat diketahui bahwa variabel Survei Data Meter Pelanggan (X) memiliki nilai minimum sebesar 36 dan nilai maksimum sebesar 60, dengan rentang (range) sebesar 24. Nilai rata-rata (mean) yang diperoleh adalah sebesar 45,61 dengan standar deviasi sebesar 6,575 dan varians sebesar 43,227. Nilai skewness pada variabel ini sebesar 0,114 sedangkan nilai kurtosis sebesar -0,656.

Adapun nilai kurtosis pada variabel bernilai negatif (-0,656 untuk vaeiabel X dan -0,862 untuk variabel Y) yang menunjukkan bahwa distribusi data pada kedua variabel tergolong platikurtik, yaitu distribusi yang lebih landai atau lebih menyebar dibandingkan dengan distribusi normal standar. Secara umum, nilai skewness dan kurtosis pada kedua variabel tersebut masih berada dalam rentang yang dapat diterima (umumnya nilai skewness dan kurtosis dianggap wajar apabila berada pada rentang -2 hingga +2), sehungga sebaran data pada kedua variabel dapat dikatakan tidak menyimpang secara signifikan dari distribusi normal.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa data pada kedua veriabel penelitian, yaitu Survei Data Meter Pelanggan (X) dan Kepuasan Pelanggan (Y), memiliki sebaran yang relative merata dan mendekati kondisi normal, sehingga layak digunakan untuk analisis statistik lebih lanjut.

Total Skor Survei Data Meter Pelanggan, Kualitas Layanan

Tabel 5. Total Skor Jawaban Instrumen Variabel Survei Data Meter Pelanggan (X).

No	Analisa Total Skor X	Hasil	Keterangan
1	*Skor Tertinggi*	5	
2	*Jumlah Pertanyaan*	12	
3	*Jumlah Responden*	72	
4	*Total Skor Jwb Tertinggi (5)*	**4320**	***Ttl Skor Tertinggi = 5 X 12 X 71 = 4320***
5	*Total Skor Jawaban*	**3284**	
6	*Total Skor Prosentase*	**76.02**	
7	*Quartil (Empat Bbgn.Yg Sama)*	**1080**	
8	*Garis Quartil Pembahasan*	4	**Q0 Q1 Q2 Q3 Q4** **36 2160 3240 4320 5400**

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2026

Berdasarkan Tabel 5 variabel Survei Data Meter Pelanggan (X) terdiri atas 12 item pertanyaan yang dijawab oleh 72 responden, dengan skor tertinggi pada setiap item sebesar 5. Total skor jawaban tertinggi yang mungkin dicapai adalah sebesar 4.320, sedangkan total skor jawaban yang diperoleh dari hasil penelitian adlaah sebesar 3.284, atau setara dengan 76,02% dari total skor maksimal

Apabila dikaitkan dengan garis kuartil pada tabel 5 (Q0 = 36, Q1 = 2.160, Q2 = 3.240, Q3 = 4.320, Q4 = 5.400), total skor jawaban responden sebesar 3.284 berada di antara Q2 dan Q3. Posisi ini menunjukkan bahwa penilaian responden terhadap variabel Survei Daata Meter Pelanggan berada pada kategori tinggi, meskipun belum mencapai batas kuartil tertinggi (Q4).

Tabel 6. Total Skor Jawaban Instrumen Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).

No	Analisa Total Skor Y	Hasil	Keterangan
1	*Skor Tertinggi*	5	
2	*Jumlah Pertanyaan*	15	
3	*Jumlah Responden*	72	
4	*Total Skor Jwb Tertinggi (5)*	**5400**	***Ttl Skor Tertinggi = 5 X 15 X 72 = 5400***
5	*Total Skor Jawaban*	**4123**	
6	*Total Skor Prosentase*	**76.35**	
7	*Quartil (Empat Bbgn.Yg Sama)*	**1350**	
8	*Garis Quartil Pembahasan*	4	**Q0 Q1 Q2 Q3 Q4** **45 1350 2700 4050 5400**

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2026

Berdasarkan Tabel 6 variabel Kepuasan Pelanggan (Y) terdiri atas 15 item pertanyaan yang dijawab oleh 72 responden, dengan skor tertinggi pada setiap item sebesar 5. Total skor jawaban tertinggi yang mungkin dicapai adalah sebesar 5.400, sedangkan total skor jawaban

yang diperoleh dari hasil penelitian adalah sebesar 4.123, atau setara dengan 76,35% dari total skor maksimal

Apabila dikaitkan dengan garis kuartil pada Tabel 4.9 (Q0 = 45, Q1 = 1.350, Q2 = 2.700, Q3 = 4.050, Q4 = 5.400), total skor jawaban responden sebesar 4.123 berada di antara Q3 dan Q4. Posisi ini menunjukkan bahwa penilaian responden terhadap variabel Kepuasan Pelanggan berada pada kategori sangat tinggi, karena telah melewati batas kuartil ketiga (Q3) dan mendekati batas kuartil tertinggi (Q4)

Berdasarkan hasil analisis total skor pada kedua variabel dapat diketahui bahwa total skor persentase variabel Survei Data Meter Pelanggan (76,02%) dan variabel Kepuasan Pelanggan (76,35%) memiliki nilai yang relative berdekatan. Namun, apabilia ditinjau dari garis kuartil, variabel Kepuasan Pelanggan berada pada posisi kuartil yang sedikit lebih tinggi dibandingkan variabel Survei Data Meter pelanggan. Secara keseluruhan, kedua variabel tersebut menunjukkan kecenderungan penilaian responden yang positif terhadap pelaksanaan survei data meter pelanggan dan tingkat kepuasan pelanggan pada PLN (Persero) ULP Paniki.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana.

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.063	4.269		2.123	0.097
	Survei Data Pelanggan	1.057	0.093	0.806	11.405	0
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						

Berdasarkan Tabel hasil analisis linier sederhana diperoleh nilai konstanta (a) sebesar 9,063 dan nilai koefisien regresi (b) untuk variabel Survei Data Meter Pelanggan sebesar 1,057 sehingga persamaan regresi linear sederhana yang terbentuk adalah sebagai berikut:

Y = 9,063 + 1,057X

Keterangan :

Y = Kepuasan Pelanggan

a = Konstanta sebesar 9,063

b = Koefisien regresi sebesar 1,057

X = Survei Data Pelanggan

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa apabila variabel Survei Data Meter Pelanggan (X) bernilai 0, maka nilai Kepuasan Pelanggan (Y) diperkirakan sebesar 9,063. Selanjutnya, Koefisien regresi sebesar 1,057 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan pada variabel Survei Data Meter pelanggan akan diikuti oleh kenaikan Kepuasan Pelanggan sebesar 1,057

satuan, dengan asumsi variabel lain dianggap tetap. Nilai koefisien regresi yang positif ini mengindikasikan bahwa arah pengaruh antara kedua variabel bersifat positif, yaitu semakin baik pelaksanaan survei data meter pelanggan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan

Selanjutnya, untuk menguji signifikan pengaruh tersebut, diperoleh nilai t hitung untuk variabel Survei Data Meter Pelanggan sebesar 11,405 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Oleh karena nilai signifikan tersebut lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05), maka dapat disimpulkan bahwa variabel Survei Data Meter Pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan.

Pengujian Hipotesis (Uji t)

Tabel 8. Hasil Uji t (Parsial).

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.063	4.269		2.123	0.097
	Survei Data Pelanggan	1.057	0.093	0.806	11.405	0
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2026

Berdasarkan tabel Coefficients diatas, diperoleh nilai t hitung untuk variabel Survei Data Meter Pelanggan sebesar 11,405 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Oleh karena nilai signifikan tersebut lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05), maka dapat disimpulkan bahwa variabel Survei Data Meter Pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh Survei Data Meter Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan dapat diterima.

Selain nilai signifikan, hasil ini juga dapat diperkuat dengan membandingkan nilai t hitung terhadap t tabel. Dengan jumlah responden sebanyak 72 orang dan satu variabel bebas, derajat kebebasan yang digunakan adalah n – 2 = 70, sehingga diperoleh nilai t tabel pada taraf signifikansi 5% sebesar kurang lebih 1,994. Oleh karena itu nilai t hitung (11,405) lebih besar dari nilai t tabel (1,994), maka hal ini semakin memperkuat kesimpulan bahwa variabel Survei Data Meter Pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Kepuasan pelanggan.

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi.

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.806	0.650	0.654	5.133

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2026

Berdasarkan tabel Model Summary, diperoleh R sebesar 0,806, yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara variabel Survei Data Meter Pelanggan dengan variabel Kepuasan Pelanggan. Adapun nilai R Square (R^2) yang diperoleh adalah sebesar 0,650 atau 65% yang menunjukkan bahwa variabel Survei Data Meter Pelanggan mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 65% sedangkan sisanya sebesar 35% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini.

Selain itu, diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,654, yang merupakan nilai koreksi dari R Square dengan mempertimbangkan jumlah variabel bebas dan ukuran sample dalam dalam penelitian. Nilai Adjusted R Square ini menunjukkan bahwa hasil tersebut raltif konsisten dengan nilai R Square, sehingga model regresi yang terbentuk dapat dikatakan cukup baik dalam menjelaskan hubungan antara kedua variabel penelitian.

Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel Survei Data Meter pelanggan memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap variabel Kepuasan Pelanggan, yaitu sebesar 65% sementara 35% sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang diluar penelitian ini

Pembahasan

Pelaksanaan Survei Data Meter Pelanggan (X) di PLN (Persero) ULP Paniki

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, dapat diketahui bahwa pelaksanaan survei data meter pelanggan yang dijalankan petugas PLN (Persero) ULP Paniki melalui metode kunjungan langsung ke rumah pelanggan (door-to-door) secara umum telah dinilai baik oleh pelanggan, tercermin dari perolehan persentase skor sebesar 76,02% yang tergolong dalam kategori “Setuju”. Hasil tersebut sejalan dengan pandangan O’Brien dan Marakas (2010) maupun Laudon dan Laudon (2014), yang menyatakan bahwa mutu suatu proses pemutakhiran data dapat diukur melalui empat unsur pokok, yaitu akurasi, kelengkapan, ketepatan waktu, serta luas cakupan survei. Meskipun demikian, capaian pada kategori “Setuju” yang belum menyentuh kategori “Sangat Setuju” mengindikasikan bahwa manfaat program survei ini memang sudah dirasakan pelanggan, namun PLN (Persero) ULP Paniki masih perlu memperbaiki konsistensi jadwal kunjungan petugas serta mempercepat proses pembaruan data pasca-survei, sehingga penilaian pelanggan dapat meningkat ke tingkat yang lebih tinggi.

Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y) di PLN (Persero) ULP Paniki

Sementara itu, tingkat kepuasan pelanggan PLN (Persero) ULP Paniki tercatat berada pada kategori “Setuju” atau dapat dikatakan puas, dengan capaian skor sebesar 76,35%. Temuan ini memperkuat konsep kepuasan pelanggan yang dikemukakan Kotler dan Keller (2016) serta Tjiptono (2016), yang menjelaskan bahwa rasa puas muncul apabila kinerja

layanan yang dirasakan pelanggan setara atau bahkan melampaui apa yang mereka harapkan. Skor yang cukup tinggi pada indikator kesesuaian harapan dan kepuasan secara keseluruhan mengindikasikan bahwa proses pembaruan data pelanggan melalui survei sudah cukup mampu menjawab ekspektasi pelanggan, khususnya terkait keakuratan tagihan dan informasi layanan yang mereka terima. Akan tetapi, karena hasil penilaian belum mencapai kategori "Sangat Setuju", PLN (Persero) ULP Paniki dipandang masih perlu meningkatkan ketanggapannya dalam menangani keluhan pelanggan agar tingkat kepuasan yang dirasakan dapat terus meningkat.

Pengaruh Survei Data Meter Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan

Selanjutnya, hasil uji hipotesis dalam penelitian ini membuktikan bahwa survei data meter pelanggan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PLN (Persero) ULP Paniki. Hal ini terlihat dari nilai t hitung sebesar 11,405 yang melampaui nilai t tabel sebesar 1,667, disertai nilai signifikansi 0,000 yang berada di bawah taraf 0,05, sehingga hipotesis H_1 dalam penelitian ini dinyatakan diterima. Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,806 mengindikasikan adanya hubungan yang sangat erat antara kedua variabel, sedangkan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,650 menunjukkan bahwa 65,0% variasi pada kepuasan pelanggan mampu dijelaskan oleh pelaksanaan survei data meter pelanggan, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini.

Hasil ini juga selaras dengan sejumlah penelitian terdahulu sebagaimana telah dipaparkan pada Tabel 1. Rahman (2019), misalnya, menemukan bahwa mutu pelayanan berdampak positif terhadap kepuasan pelanggan PLN Area Manado. Sejalan dengan itu, Layongan, Nangoi, dan Kalalo (2022) mengungkapkan bahwa semakin baik kualitas sistem informasi dan pengelolaan data yang diterapkan PLN, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan penggunanya. Demikian pula, penelitian Hulu dan Nasution (2025) mengonfirmasi bahwa akurasi serta pemutakhiran data berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada perusahaan yang berbasis sistem informasi, sejalan dengan hasil penelitian ini yang secara khusus menyoroti program survei data meter pelanggan sebagai bentuk nyata pemutakhiran data di lapangan. Dengan demikian, temuan penelitian ini semakin mengukuhkan bukti empiris bahwa peningkatan mutu pengelolaan data pelanggan—melalui pelaksanaan survei yang akurat, lengkap, tepat waktu, dan menjangkau seluruh wilayah layanan—merupakan salah satu langkah strategis yang dapat ditempuh PLN (Persero) ULP Paniki guna meningkatkan kepuasan pelanggannya.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya mengenai pengaruh survei data meter pelanggan terhadap kepuasan pelanggan di PLN (Persero) ULP Paniki, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut.

Pertama, pelaksanaan survei data meter pelanggan yang dijalankan oleh petugas PLN (Persero) ULP Paniki melalui kunjungan langsung ke rumah pelanggan (door-to-door) secara umum sudah berjalan dengan baik. Hal ini ditunjukkan oleh capaian skor sebesar 76,02% yang berada pada kategori "Setuju", yang berarti aspek akurasi data, kelengkapan data, ketepatan waktu, maupun cakupan survei sudah cukup dirasakan manfaatnya oleh pelanggan, meskipun masih terbuka ruang perbaikan agar penilaian dapat meningkat ke kategori "Sangat Setuju".

Kedua, tingkat kepuasan pelanggan PLN (Persero) ULP Paniki juga berada pada kategori "Setuju" atau puas, dengan capaian skor sebesar 76,35%. Hal ini mengindikasikan bahwa secara umum pelanggan telah merasa cukup terpenuhi harapannya, khususnya terkait keakuratan tagihan dan informasi layanan, meskipun aspek ketanggapan terhadap keluhan masih perlu terus ditingkatkan.

Ketiga, survei data meter pelanggan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PLN (Persero) ULP Paniki. Hal ini dibuktikan melalui nilai t hitung (11,405) yang lebih besar dari t tabel (1,667) dengan nilai signifikansi 0,000 (< 0,05), sehingga hipotesis H_1 diterima. Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,806 menunjukkan hubungan yang sangat kuat antara kedua variabel, sedangkan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,650 menunjukkan bahwa 65,0% variasi kepuasan pelanggan mampu dijelaskan oleh pelaksanaan survei data meter pelanggan, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar penelitian ini. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin baik pelaksanaan survei data meter pelanggan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan PLN (Persero) ULP Paniki.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, penulis mengajukan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan, akademisi, maupun peneliti selanjutnya, sebagai berikut. Perusahaan disarankan untuk terus menjaga dan meningkatkan konsistensi jadwal kunjungan petugas survei serta mempercepat proses pembaruan data pelanggan pasca-survei, sehingga akurasi dan ketepatan waktu pemutakhiran data dapat lebih dirasakan manfaatnya oleh pelanggan. Selain itu, perusahaan juga perlu memperkuat ketanggapan dalam menangani

keluhan pelanggan, mengingat aspek ini masih menjadi salah satu faktor yang perlu ditingkatkan agar tingkat kepuasan pelanggan dapat mencapai kategori yang lebih tinggi.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi tambahan dalam kajian ilmu manajemen, khususnya yang berkaitan dengan pengelolaan data pelanggan dan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan, serta dapat digunakan sebagai bahan perbandingan bagi penelitian-penelitian sejenis di masa mendatang. Mengingat penelitian ini hanya berfokus pada dua variabel, yaitu survei data meter pelanggan dan kepuasan pelanggan, peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan penelitian dengan menambahkan variabel lain yang turut memengaruhi kepuasan pelanggan, seperti kualitas pelayanan, kepercayaan pelanggan, atau citra perusahaan, serta memperluas cakupan lokasi maupun jumlah responden penelitian agar hasil yang diperoleh dapat digeneralisasi lebih luas.

DAFTAR REFERENSI

Abdilah, L., Rahmawati, P. I., & Sinarwati, N. K. (2024). Dampak penerapan program Yantek Optimization terhadap kualitas pelayanan PLN Unit Layanan Pelanggan Klungkung Bali. *Jurnal Manajemen*. https://doi.org/10.30656/jm.v13i2.7739

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hidayati, I. R. (2018). Pengaruh kepercayaan pelanggan, kualitas pelayanan elektronik, dan promosi pada aplikasi PLN Mobile terhadap kepuasan pelanggan PT PLN Distribusi Jawa Timur di Surabaya. *JEM17: Jurnal Ekonomi Manajemen, 3*(2), 75–104. https://doi.org/10.30996/jem17.v3i2.3459

Hulu, R., & Nasution. (2025). Pengaruh akurasi data dan pemutakhiran informasi terhadap kepuasan pelanggan perusahaan berbasis sistem informasi. *Jurnal Ilmiah Nusantara (JINU), 2*(4).

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.

Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2014). *Management information systems: Managing the digital firm* (13th ed.). Pearson.

Layongan, C., Nangoi, G. N., & Kalalo, M. K. (2022). Pengaruh kualitas sistem dan kualitas informasi software SAP terhadap kepuasan pengguna pada PT PLN (Persero) Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan (UP3) Kotamobagu. *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum (Ekonomi, Sosial, Budaya, dan Hukum), 5*(2), 309–322.

Nuraeni. (2016). *Pengaruh kualitas pelayanan PT PLN (Persero) terhadap kepuasan pelanggan di Kabupaten Sinjai* [Skripsi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Makassar].

O'Brien, J. A., & Marakas, G. M. (2010). *Management information systems* (10th ed.). McGraw-Hill.

Pujiati. (2022). Peran kualitas pelayanan pengaduan pelanggan pada aplikasi PLN Mobile untuk menciptakan kepuasan pelanggan PT PLN (Persero) ULP Kudus Kota. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis.*

Rahman, S. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan inovasi terhadap kepuasan pelanggan pada PT PLN (Persero) Area Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, *7*(1), 301–311.

Rohaeni, H., & Marwa, N. (2018). Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ecodemica, 2*(2), 312–318.

Siregar. (2020). Kualitas pelayanan PT PLN (Persero) terhadap kepuasan pelanggan. *RELE (Rekayasa Elektrikal dan Energi): Jurnal Teknik Elektro*.

Tjiptono, F. (2016). *Service, quality & satisfaction*. Andi.

Yositya, A., Dwi, R., & Indrarini, R. (2022). Penerapan sistem informasi pelanggan dan dampaknya terhadap efektivitas layanan publik. *SIBATIK Journal, 1*(11).