

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN LISTRIK PINTAR (PRABAYAR) GOLONGAN TARIF RUMAH TANGGA SERTA DAMPAKNYA DALAM MEMBENTUK PEMASARAN DARI MULUT KEMULUT (*WORD OF MOUTH*)

(Studi pada PT PLN (Persero) Distribusi Lampung Area Tanjungkarang)

Oleh

R. BAGUS DWIARSO YAKTI, S.T.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh permasalahan tingginya tunggakan rekening listrik di PT PLN (Persero) Distribusi Lampung Area Tanjungkarang. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, maka pelanggan listrik pascabayar golongan tarif rumah tangga sebaiknya dialihkan menjadi listrik prabayar. Karena proses migrasi tersebut memerlukan persetujuan pelanggan, maka pendekatan yang digunakan adalah pemasaran dari mulut kemulut (*Word of Mouth*). Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui bagaimana variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan sehingga berdampak pada keberhasilan pemasaran *Word of Mouth*. Sampel penelitian ini sebesar 382 pelanggan listrik prabayar PT PLN (Persero) Distribusi Lampung Area Tanjungkarang. Proses penarikan sampel melalui pendekatan *Probability Sampling* jenis *Stratified Sampling*. Data dianalisis secara kuantitatif, dengan teknik *Structural Equation Model* (SEM), menggunakan software IBM-SPSS AMOS. Dari keenam kriteria *Goodness of Fit* yang telah ditetapkan, terdapat empat kriteria yang telah memenuhi kriteria *Goodness of Fit*, yakni GFI (0,932), RMSEA (0,060), AGFI (0,906) dan TLI (0,936), sehingga bisa dikatakan bahwa model yang dibuat telah fit. Selain itu, dari hasil uji reliabilitas, uji validitas, evaluasi outlier dan evaluasi Multikolinearitas menunjukkan bahwa model telah memenuhi kriteria yang ditentukan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) memiliki pengaruh langsung, positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y1). Serta memiliki pengaruh secara tidak langsung terhadap *Word of Mouth* (Y2). Namun Kualitas Pelayanan (X2) tidak berpengaruh langsung terhadap *Word of Mouth* (Y2) dan memiliki pengaruh yang lebih kecil terhadap kepuasan pelanggan (Y1). Agar pemasaran *Word of Mouth* dapat berjalan dengan baik, maka kualitas kWh meter dan kualitas layanan pelanggan harus segera ditingkatkan.

Kata kunci : Listrik, prabayar, pascabayar, kualitas produk, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, *Word of Mouth*