



**THE 11th FIPA
FORUM ILMIAH PENDIDIKAN AKUNTANSI
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI-FKIP
UNIVERSITAS PGRI MADIUN**

**ANALISIS PERBEDAAN KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA LISTRIK
PRABAYAR DAN PASCABAYAR PADA PT PLN RAYON BALONG**

Vivit Karlosiana¹
Pendidikan Akuntansi FKIP
Universitas PGRI Madiun
Vivitkarlosiana27@gmail.com

Satrijo Budiwibowo²
Pendidikan Akuntansi FKIP
Universitas PGRI Madiun
satrijobudiwibowo@yahoo.com

Elly Astuti³
Pendidikan Akuntansi FKIP
Universitas PGRI Madiun
ellyastuti@unipma.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membedakan tingkat kepuasan pelanggan pengguna listrik prabayar dan pascabayar pada PT PLN Rayon Balong. Sampel dalam penelitian ini yaitu 288 dengan teknik pengambilan sampel probability sampling. Tahnik analisis yang digunakan adalah analisis variansi satu jalur (one way ANOVA). Hasilnya menunjukkan adanya perbedaan tingkat kepuasan pelanggan pengguna listrik prabayar dan pascabayar. Masyarakat merasa terpuaskan dengan menggunakan listrik prabayar karena kemudahan listrik prabayar yaitu lebih bisa terkontrol, Sedangkan listrik pascabayar masyarakat tidak bisa mengontrol meteran yang pembayarannya masih ditentukan disetiap bulannya. Hasil perbandingan menyatakan bahwa pelanggan prabayar memiliki nilai rata-rata lebih tinggi dibandingkan dengan pascabayar.

Kata kunci : Kepuasan Pelanggan, Listrik Prabayar, Listrik Pascabayar



**THE 11th FIPA
FORUM ILMIAH PENDIDIKAN AKUNTANSI
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI-FKIP
UNIVERSITAS PGRI MADIUN**

PENDAHULUAN

Listrik merupakan sumber energi dan penerangan yang menjadi kebutuhan dasar bagi manusia untuk menjalankan segala bentuk aktivitasnya. PT.PLN (Persero) merupakan perusahaan BUMN yang bergerak dibidang penyediaan jasa listrik. PT.PLN (Persero) adalah perusahaan monopoli karena PT.PLN (Persero) tidak mempunyai pesaing. PT.PLN (Persero) hanya mempunyai anak perusahaan yang membantu berkembangnya PLN keseluruh penjuru Indonesia.

Perkembangan teknologi yang sangat cepat, seiring dengan berjalannya waktu, sejumlah program telah dikembangkan oleh PT.PLN (Persero) guna untuk meningkatkan kualitas pelayanan listrik pascabayar menjadi listrik Prabayar. Listrik Prabayar adalah salah satu inovasi terkini dari layanan PT.PLN (Persero) yang memberikan kemudahan dalam mengoperasikan penggunaan energi listrik elektronik Prabayar. Listrik Prabayar memiliki beberapa keunggulan, yaitu tidak ada sanksi pemutusan listrik dalam pemakaian listrik lebih terkendali, tidak dikenakan denda dalam keterlambatan pengisian pulsa, privasi tidak terganggu, tidak ada pencatatan meter, tidak dikenakan biaya beban bulan, kemudahan dalam pembelian token, pembelian token dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan tidak ada batas masa aktif.

Listrik Prabayar yang memiliki banyak keunggulan namun disisi lain sebagian pelanggan menganggap jika listrik Prabayar bukannya mempermudah tapi malah mempersulit. Orang yang beranggapan bahwa listrik Prabayar sulit adalah sebagian besar para pelanggan yang sudah lanjut usia, mereka menyadari bahwa sangat sulit mengoperasikan listrik Prabayar karena kurangnya pengetahuan dalam pengisian pulsa listrik Prabayar tersebut.

Perbedaan listrik pintar dibanding dengan layanan yang menggunakan kWh (pascabayar), secara fisik mempunyai perbedaan. Perangkat penggunaan listrik yang dikenal sebagai meteran, untuk pengguna listrik pintar dipasang meter elektronik yang bisa memberikan berbagai informasi kepada pengguna (Johannes, 2014: 163). Pelanggan yang menggunakan listrik pascabayar biasanya ditandai dengan membayar listrik setiap bulannya dan PT.PLN (Persero)



**THE 11th FIPA
FORUM ILMIAH PENDIDIKAN AKUNTANSI
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI-FKIP
UNIVERSITAS PGRI MADIUN**

harus mencatatat meter, menghitung dan menerbitkan rekening yang harus dibayar oleh pelanggan. PT.PLN (Persero) harus melakukan penagihan kepada para pelanggan yang terlambat membayar tagihan listrik setiap bulannya (Wahyunigtiyas, 2013:188). Untuk itu perlu adanya pemantauan terhadap masyarakat untuk meningkatkan kualitas listrik pascabayar.

Tujuan manajemen pelayanan jasa adalah untuk meningkatkan kualitas tertentu, karena erat kaitannya dengan pelanggan tingkat ini dihubungkan dengan tingkat kepuasan pelanggan. Sabariah (2015:1121). Pelayanan adalah setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan, dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk secara fisik (Saputra & Yuliani, 2014: 5). Pelayanan diartikan sebagai suatu tindakan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan orang lain yang tingkatan kepuasannya hanya dapat dirasakan oleh orang yang melayani maupun dilayani (Jaya, Suwena & Meitriana, 2017 :2)

Kepuasan pelanggan merupakan aspek yang sangat penting dalam rangka mempertahankan kualitas pada PT.PLN (Persero). Kepuasan pelanggan merupakan elemen utama dalam pemikiran dan praktik pemasaran modern yang dapat terwujud apabila tujuan pemasar, kompetensi dan kapasitas, serta pilihan produk yang ditawarkan sesuai dengan tujuan, prioritas dan preferensi konsumen (Tjiptono, 2015: 45), Namun tidak mudah untuk mewujudkan kepuasan pelanggan secara menyeluruh karena pelanggan yang dihadapi memiliki ekspektasi yang berbeda-beda. Tentu saja perusahaan harus berusaha meminimumkan ketidakpuasan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang semakin membaik karena sangat mustahil apabila perusahaan menginginkan pelanggannya tidak ada yang merasa tidak puas. konsumen memang harus dipuaskan, karena apabila tidak puas mereka akan beralih menjadi pelanggan pesaing (Supranto, 2011 :3).

Ikatan dengan konsumen merupakan masalah sentral dalam strategi pemasaran dalam menumbuhkan kepercayaan konsumen (Suroyo, 2015:14). Karena, kuat lemahnya pengaruh variabel kualitas pelayanan merupakan indikator kepuasan pelanggan (Yuniati, 2016:139). Tingkat kepuasan pelanggan sangat tergantung pada kualitas suatu produk yang mencakup 5



**THE 11th FIPA
FORUM ILMIAH PENDIDIKAN AKUNTANSI
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI-FKIP
UNIVERSITAS PGRI MADIUN**

elemen dasar yaitu bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati (Arwata, Rinas & Pelayun, 2014:35).. Perusahaan-perusahaan yang bersaing harus memiliki kualitas dan mutu untuk meningkatkan volume penjualan mereka. Tak hanya barang yang memiliki mutu dan kualitas tetapi pelayanan pun memiliki mutu dan kualitas agar dapat menjadi suatu nilai jual dan nilai tambah bagi suatu perusahaan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan (Rizal, 2017:54).

Kepuasan pelanggan dapat terpenuhi apabila perusahaan tidak hanya berorientasi kepada pelanggan saja tetapi juga harus mampu berorientasi terhadap masyarakat karena, salah satu faktor yang menentukan apakah perusahaan dalam jangka panjang akan mendapatkan keuntungan adalah terpenuhinya kepuasan pelanggan (Darmmesta & Handoko, 2012: 8). Penyebaran informasi positif dari konsumen ke konsumen lain juga akan memberikan keuntungan berlipat ganda yang akan diperoleh perusahaan (Alma, 2016 :5).

Berdasarkan hasil uraian diatas maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang tingkat kepuasan pelanggan baik pengguna listrik Prabayar dan pascabayar. Dalam penelitian ini penulis mengambil judul: “Analisis Perbedaan Kepuasan Pelanggan Pengguna Listrik Prabayar dan Pascabayar Pada PT PLN Rayon Balong”.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan meningkat apabila atribut-atribut yang terdapat pada kuadran (IPA) perlu diperbaiki sehingga. Nilai CSI program listrik pascabayar dan prabayar dinilai telah memuaskan pelanggan. Hasil uji *Chi Square* diketahui adanya korelasi jenis kelamin dengan kepuasan pelanggan pada listrik prabayar dan hasil uji *T-Test* diketahui bahwa kepuasan pelanggan listrik prabayar lebih tinggi dibandingkan dengan kepuasan pelanggan listrik pascabayar (Ramadlana, 2016).

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa dengan menghitung selisih dari kinerja dan harapan yang didapat dari variabel TERRA yang menunjukkan bahwa hasil listrik prabayar 88,78% dan listrik pascabayar adalah 87.78 % dengan demikian maka terdapat perbedaan 1% antara listrik prabayar dan pascabayar. Kepuasan Listrik prabayar 1% lebih besar dibandingkan dengan listrik pascabayar (Galla & Hutami, 2017).



THE 11th FIPA
FORUM ILMIAH PENDIDIKAN AKUNTANSI
PROGAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI-FKIP
UNIVERSITAS PGRI MADIUN

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang bersifat deskriptif komparatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh pelanggan PT.PLN RAYON BALONG yang berada di Desa Ngampel Kecamatan Balong Kabupaten Ponorog dengan jumlah 1031. Sedangkan sampelnya adalah 288 Responden. Besarnya sampel ditentukan dengan menggunakan rumus solvin yaitu:

$$\begin{aligned}n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\ &= \frac{1031}{(1 + 1031(0,05)^2)} \\ &= \frac{1031}{1 + 2,5775} \\ &= \frac{1031}{3,5775} = 288\end{aligned}$$

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu probability sampling. Data dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah berupa kuisisioner dan dokumentasi. Kuisisioner merupakan seperangkat pertanyaan yang telah disediakan untuk responden, Penelitian ini ada 20 pertanyaan dan mencakup lima indikator yaitu. Penelitian ini kuisisionernya adalah kuisisioner tertutup dimana jawaban dari responden dibatasi oleh peneliti.

Tabel 1. Kisi-Kisi Instrumen Angket

Kepuasan Pelanggan				
Indikator	Dimensi Indikator	Instrumen	No.Butir	Jumlah



THE 11th FIPA
FORUM ILMIAH PENDIDIKAN AKUNTANSI
PROGAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI-FKIP
UNIVERSITAS PGRI MADIUN

			Soal	Butir Soal
Kualitas Produk	1. Kinerja	Kuisisioner	1	5
	2. Keandalan		2	
	3. Fitur		3	
	4. Keawetan		4	
	5. Kesesuaian		5	
Kualitas Pelayanan	1. Bukti Langsung	Kuisisioner	6,7	8
	2. Kenadalan		8	
	3. Daya tanggap		9,10	
	4. Jaminan		11,12	
	5. Empati		13	
Faktor Emosional	1. Estetika	Kuisisioner	14	2
	2. Brand Personality		15	
Harga	1. Peran Negatif Dari Pertimbangan Harga	Kuisisioner	16	2
	2. Peran Positif Dari Pertimbangan Harga		17	
Kemudahan	1. Remote moment of truth	Kuisisioner	18	3
	2. Human moment of turth		19	
	3. Telepon moment of turth		20	

S
 umbe
 r :
 Irawa
 n

T

ehnik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis anova yaitu analisis yang digunakan untuk menguji perbandingan atau lebih rata-rata kelompok sampel yang independen dengan satu arah. Pada penelitian ini menggunakan analisis anova satu jalur karena analisis anova dapat membandingkan rata-rata variabel bebas terhadap variabel terikat pada populasi yang berbeda.



THE 11th FIPA
FORUM ILMIAH PENDIDIKAN AKUNTANSI
PROGAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI-FKIP
UNIVERSITAS PGRI MADIUN

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji statistik deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk melihat nilai *minimum*, *maximum*, *mean* dan *standart deviation*. Adapun hasil dari uji statistik deskriptif adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Uji Statistik Prabayar

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Produk	144	11	25	19,72	3,199
Kualitas Pelayanan	144	19	37	28,56	3,943
Faktor Emosional	144	4	10	7,96	1,762
Harga	144	4	10	8,04	1,559
Kemudahan	144	2	5	4,01	1,007
Valid N	144				

Dari hasil pengujian tabel 2 menunjukkan jumlah data dalam penelitian ini berjumlah 144. Nilai kualitas produk terendah sebesar 11, nilai kualitas pelayanan terendah sebesar 19, nilai faktor emosional terendah sebesar 4, nilai harga terendah sebesar 4, dan nilai kemudahan terendah sebesar 2 sedangkan nilai kualitas produk tertinggi yang sebesar 25, nilai kualitas pelayanan tertinggi sebesar 37, nilai faktor emosional tertinggi sebesar 10, nilai harga tertinggi sebesar 10, dan nilai kemudahan tertinggi sebesar 5. Nilai rata-rata kualitas produk sebesar 19,72 dengan standar deviasi sebesar 3,199, nilai rata-rata kualitas pelayanan sebesar 28,56 dengan standar deviasi 3,943, nilai rata-rata faktor emosional sebesar 7,96 dengan standar



THE 11th FIPA
FORUM ILMIAH PENDIDIKAN AKUNTANSI
PROGAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI-FKIP
UNIVERSITAS PGRI MADIUN

deviasi 1,762, nilai rata-rata harga sebesar 8,04 dengan standart deviasi 1,559 dan nilai rata-rata kemudahan sebesar 4,01 dengan standar deviasi 1,007. Dilihat dari tabel 2 maka dapat disimpulkan data pengamatan cukup bervariasi dan memiliki perbedaan satu dengan yang lain.

Tabel 3. Uji Statistik Pascabayar

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Produk	144	11	25	19,72	3,199
Kualitas Pelayanan	144	19	37	28,56	3,943
Faktor Emosional	144	4	10	7,96	1,762
Harga	144	4	10	8,04	1,559
Kemudahan	144	6	15	11,92	2,242
Valid N	144				

Dari hasil pengujian tabel 3 menunjukkan jumlah data dalam penelitian ini berjumlah 144. Nilai kualitas produk terendah sebesar 11, nilai kualitas pelayanan terendah sebesar 19, nilai faktor emosional terendah sebesar 4, nilai harga terendah sebesar 4, dan nilai kemudahan terendah sebesar 6 sedangkan nilai kualitas produk tertinggi yang sebesar 25, nilai kualitas pelayanan tertinggi sebesar 37, nilai faktor emosional tertinggi sebesar 10, nilai harga tertinggi sebesar 10, dan nilai kemudahan tertinggi sebesar 15. Nilai rata-rata kualitas produk sebesar 19,72 dengan standar deviasi sebesar 3,199, nilai rata-rata kualitas pelayanan sebesar 28,56



THE 11th FIPA
FORUM ILMIAH PENDIDIKAN AKUNTANSI
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI-FKIP
UNIVERSITAS PGRI MADIUN

dengan standar deviasi 3,943, nilai rata-rata faktor emosional sebesar 7,96 dengan standar deviasi 1,762, nilai rata-rata harga sebesar 8,04 dengan standart deviasi 1,559 dan nilai rata-rata kemudahan sebesar 11,92 dengan standar deviasi 2,242. Dilihat dari tabel 3 maka dapat disimpulkan data pengamatan cukup bervariasi dan memiliki perbedaan satu dengan yang lain.

Analisis anava digunakan untuk menguji perbandingan atau lebih rata-rata kelompok sampel yang independen dengan satu arah. Pada penelitian ini menggunakan analisis anava satu jalur karena analisis anava dapat membandingkan rata-rata variabel bebas terhadap variabel terikat pada populasi yang berbeda.

Tabel 4. Uji Anova Prabayar

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	47026,160	32	1469,568	402,575	0,000
Within Groups	2507,840	687	3,650		
Total	49534,000	719			

Dari tabel 4 diatas menunjukkan nilai signifikan 0,000 yang berarti $> 0,05$, hal ini menunjukkan bahwa keputusan yang diambil adalah menerima H_a yang berarti ada nilai perbedaan rata-rata prabayar dan pascabayar. Berdasarkan hasil uji - F menunjukkan bahwa diperoleh F_{hitung} lebih besar 402,575 dan F_{tabel} sebesar 3,91 ($F_{hitung} > F_{tabel}$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa prabayar dan pascabayar secara simultan mempunyai perbedaan yang signifikan, dengan adanya peningkatan layanan PT. PLN yang diberikan terhadap konsumen

Tabel 5. Uji Anova Pascabayar



THE 11th FIPA
FORUM ILMIAH PENDIDIKAN AKUNTANSI
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI-FKIP
UNIVERSITAS PGRI MADIUN

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	47696,393	32	1490,512	389,270	0,000
Within Groups	2630,518	687	3,829		
Total	50326,911	719			

Dari tabel 5 diatas menunjukkan nilai signifikan 0,000 yang berarti $> 0,05$, hal ini menunjukkan bahwa data diambil adalah menerima H_a yang berarti ada nilai perbedaan rata-rata antara prabayar dan pascabayar. Berdasarkan hasil uji – F menunjukkan bahwa diperoleh F_{hitung} lebih besar 389,270 dan F_{tabel} sebesar 3,91 ($F_{hitung} > F_{tabel}$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa prabayar dan pascabayar secara simultan mempunyai pengaruh signifikan, dengan adanya peningkatan layanan PT. PLN yang diberikan terhadap konsumen.

Berdasarkan uji diatas menyatakan bahwa untuk uji anova menunjukkan nilai signifikan listrik prabayar dan pascabayar adalah 0,000 yang berarti $> 0,05$ berarti ada nilai perbedaan rata-rata antara prabayar dan pascabayar. Perbedaan kepuasan pelanggan pengguna listrik prabayar dan pascabayar pada PT PLN RAYON BALONG dilihat dari hasil uji anova yang lebih tinggi nilai rata-rata prabayar dibandingkan dengan pascabayar yaitu uji F menunjukkan bahwa F_{hitung} listrik prabayar adalah 402,575 sedangkan F_{hitung} listrik pascabayar adalah 389,270.

Melihat hasil statistik deskriptif masyarakat Desa Ngampel, Kecamatan Balong, Kabupaten Ponorogo sangat merasa terbantu dengan adanya listrik pascabayar yang diberikan oleh PT. PLN yaitu kemudahan dalam penggunaannya. Meskipun masyarakat tidak bisa mengontrol meteran yang pembayarannya ditentukan setiap bulannya namun sebagian besar masyarakat beranggapan bahwa listrik pascabayar sangat mudah, karena pelanggan tidak perlu lagi memikirkan bagaimana melakukan pengisian pulsa setiap listrik yang digunakan habis



THE 11th FIPA
FORUM ILMIAH PENDIDIKAN AKUNTANSI
PROGAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI-FKIP
UNIVERSITAS PGRI MADIUN

melainkan mereka hanya menunggu biaya beban setiap bulannya yang ditentukan oleh PT PLN itu sendiri.

Minat masyarakat akan pemakaian listrik Prabayar yang tinggi dibandingkan dengan pascabayar, mempengaruhi kepuasan pelayanan yang diberikan dari PT PLN RAYON BALONG kepada masyarakat. Pentingnya listrik dalam kebutuhan sehari-hari diimbangi dengan sistem layanan seperti penanganan terhadap keluhan pelanggan, pemantauan terhadap arus listrik ke pelanggan, dan juga pengurangan pemadaman listrik bergilir akan memberikan rasa kepuasan bagi pelanggan yang ada di Desa Ngampel, Kecamatan Balong, Kabupaten Ponorogo tersebut.

SIMPULAN

Penggunaan listrik prabayar dan pascabayar memiliki perbedaan yang relatif signifikan, karena masyarakat Desa Ngampel, Kecamatan Balong, Kabupaten Ponorogo lebih merasa puas dengan menggunakan listrik prabayar dibandingkan dengan pascabayar. Sebagian masyarakat pengguna listrik prabayar beranggapan bahwa listrik prabayar dalam pengoperasiannya sangat mudah karena masyarakat dapat mengontrol langsung pemakaian listriknya. Dengan adanya inovasi listrik prabayar ini masyarakat sangat terbantu karena banyak sekali kemudahan yang dirasakan, baik itu kemudahan dalam pemakaian ataupun pembayarannya.

Penggunaan listrik prabayar selain memudahkan pelanggan juga sangat memudahkan bagi pihak PT PLN RAYON BALONG. Dengan adanya listrik prabayar ini PT PLN dapat memantau pemakaian listrik pelanggannya tanpa harus mengontrol meteran pada setiap bulan, karena dalam listrik prabayar ini pemakaiannya tergantung pada pelanggan, jika pulsa habis namun tidak dilakukan isi ulang maka listrik akan padam begitupula sebaliknya jika dilakukan isi ulang listrik akan menyala.

Saran dalam penelitian ini diharapkan PT.PLN selalu meng-*update* informasi, sehingga masyarakat mendapatkan informasi yang akurat, dan lebih meningkatkan kegiatan sosial didalam lingkungan masyarakat serta lebih memperhatikan kelangsungan arus listrik dari setiap



**THE 11th FIPA
FORUM ILMIAH PENDIDIKAN AKUNTANSI
PROGAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI-FKIP
UNIVERSITAS PGRI MADIUN**

pelanggan dan saran bagi peneliti selanjutnya diharapkan agar peneliti yang selanjutnya dapat menambah populasi dalam lingkup yang lebih luas. Karena dalam penelitian ini populasinya hanya terbatas di Desa Ngampel, Kecamatan Balong, Kabupaten Ponorogo

DAFTAR PUSTAKA

- Alma B. (2016). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung; Alfabeta
- Arwata N.O, Rinas W & Pemayun A.A.G.M.(2014). Studi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Listrik Prabayar Pt. Pln (Persero) Distribusi Area Bali E-Journal Spektrum Vol. 1, No.1 Desember 2014 page 34-39
- Dharmmesta B.S & Handoko T. H. (2012). Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen edisi pertama. Yogyakarta; BPFE YOGYAKARTA
- Galla F. B & Hutami R.F. (2017). Analisis Perbedaan Tingkat Kepuasan Pelanggan Listrik Prabayar dan Pascabayar di PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten Rayon Bandung Selatan: e-Proceeding of management: Vol.4, No.1 April 2017 Page 229-235.
- Jaya N.K.H.O.P, Suwena.R.K & Meitriana.M.A. (2017). Studi Komparatif Kepuasan Pelanggan Antara Listrik Pintar (Prabayar) Dan Listrik Konvensional (Pascabayar) Pada Pt. Pln (Persero) Area Bali Utara Rayon Singaraja. Ejournal Jurusan Pendidikan Ekonomi Volume: 10 No: 2 Tahun: 2017 Page 1-11
- Johannes, Novitasari, & Amalia W.L.(2014). Persepsi Pelanggan Terhadap Listrik Pintar (Customer Perception On Smart Electricity) Jurnal Dinamika Manajemen Vol. 2 No. 3 Juli – September 2014 Issn: 2338 – 123x Page 160-168
- Ramadlana L. R & Najib M. (2016). Analisis Perbedaan Kualitas Pelayanan Listrik Pascabayar dan Listrik Prabayar Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT PLN (Persero) AREA CIPUTAT: Jurnal Manajemen dan Organisasi Vol VII, No.3, Desember 2016 page 185-199



THE 11th FIPA
FORUM ILMIAH PENDIDIKAN AKUNTANSI
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI-FKIP
UNIVERSITAS PGRI MADIUN

- Rizal Y.(2017). Efektifitas dan Dampak Penggunaan Listrik Kwh -prabayar PT. PLN (Persero) Pada Masyarakat Kota Kuala Simpang Kabupaten Tamiang.JURNAL SAMUDRA EKONOMIKA, Vol.1, No 1 Maret 2017 page 52-62
- Sabariah.(2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Tangga Pada Pt. Pln (Persero) Rayon Samarinda Ulu.Ejournal Ilmu Administrasi Negara, 3 (3), 2015: 1210-1221 Issn 0000-0000
- Saputra A & Yuliani F. (2014). Analisis Kualitas Layanan Program Listrik Pintar (Prabayar) Di Pt.Pln (Persero) Pekanbaru. Fisip Volume 1 No. 2 Oktober 2014 Page 1-15
- Supranto J. (2011). Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk menaikkan pangsa pasar. Jakarta; Rineka Cipta
- Suroyo F.(2015). Pengaruh Pelayanan Berbasis Teknologi Informasi Listrik Prabayar dan Kerelasiaan Pelanggan terhadap Kepercayaan Pelanggan dan Dampaknya pada Citra Perusahaan (Suatu Survey pada Pelayanan Pelanggan Listrik di Kalimantan Barat). Jurnal Bisnis & Manajemen, 2015, Vol. XVI. No 1, 13-21
- Tjiptono F. (2015). Strategi Pemasaran.Yogyakarta; CV ANDI OFFSET
- Wahyuningtiyas A.(2013). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Rendahnya Kepuasan Pelanggan Produk Listrik Prabayar Di Semarang. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia Volume Xii, No. 2, September 2013, Halaman 188 – 210
- Yuniati Musniasih. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus PT Persero Rayon Lombok Timur). GaneÇ Swara Vol. 10 No.1 Maret 2016 page 139.143