**BAB I**

**PENDAHULUAN**

* 1. **Latar Belakang Penelitian**

Di era globalisasi ini kemajuan teknologi bergerak semakin cepat, dengan kemajuan teknologi tersebut para pelaku bisnis saling bersaing untuk mengembangkan bisnisnya yang pada akhirnya hal tersebut bertujuan untuk meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan produknya.

Teknologi yang digunakan perusahaan dalam pengembangan produk bertujuan agar pelanggan merasa puas dalam menggunakan produk tersebut, oleh karena itu perusahaan-perusahaan saling bersaing untuk menggunakan teknologi terbaru dalam produknya. Perusahaan yang tidak dapat mengimbangi perkembangan teknologi akan ditinggalkan oleh para konsumen dan bahkan konsumen tidak lagi tertarik dengan produk yang tidak menggunakan teknologi terbaru.

Salah satu faktor dalam pemilihan sebuah produk adalah faktor harga juga berperan besar dalam mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen, harga yang terlalu tinggi akan membuat minat masyarakat untuk membeli sebuah produk akan menurun dan jika harga yang ditawarkan terlalu rendah maka akan membuat citra produk menjadi tidak baik, oleh karena itu perusahaan harus memberikan harga yang sesuai untuk para konsumen agar mereka tidak memandang negatif terhadap produk yang diciptakan oleh pada produsen. Selain kedua faktor tersebut ada faktor yang sangat berpengaruh dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen khususnya dalam bidang jasa, faktor tersebut adalah *word of mouth* (WOM), dalam perusahaan jasa, WOM sangat berpengaruh karena mayoritas masyarakat akan percaya pada kualitas jasa yang diberikan apabila mereka sudah mengatahui kabar dari orang lain yang sudah terlebih dahulu menggunakan jasa tersebut apakah produk yang dihasilkan baik atau tidak. Pelanggan yang merasa puas dengan pelayanan yang diberikan akan cenderung memberikan referensi kepada konsumen untuk mencoba produk tersebut, tetapi apabila pelayanan yang dirasakan tidak memuaskan maka konsumen tersebut tidak akan mereferensikan atau bahkan melarang konsumen lain untuk menggunakan produk tersebut.

PT. PLN (persero) adalalah sebuah badan usaha milik negara yang telah melakukan inovasi produk dengan mengeluarkan produk listrik prabayar, listrik prabayar adalah salah satu produk PLN yang di dalam penggunaannya konsumen diharuskan membayar atau membeli tenaga listrik terlebih dahulu sebelum dapat menggunakannya, sedangkan listrik pascabayar dalam menggunakannya pelanggan diberikan akses untuk menggunakan tenaga listrik sebelum mereka membayar tenaga listrik tersebut.

Dalam operasional listrik prabayar banyak memberikan kemudahan-kemudahan untuk perusahaan, seperti salah satunya tidak perlu melakukan pencatatan penggunaan listrik ke rumah pelanggan, sehingga jika mayoritas masyarakat menggunakan listrik prabayar maka biaya yang timbul karena pengecekan ke rumah pelanggan dapat dikurangi.

Masyarakat yang baru akan melakukan pemasangan listrik diharuskan menggunakan listrik prabayar, terkecuali pelanggan tertentu yang diperbolehkan menggunakan listrik pascabayar. Oleh karena itu pertumbuhan jumlah pelanggan listrik prabayar banyak didominasi oleh para masyarakat yang melakukan pemasangan baru, berdasarkan data dari PT. PLN Rayon Indramayu jumlah pelanggan listrik prabayar tercatat dari periode Juli 2017 sudah mencapai 52.351 dengan rata-rata pertumbuhan 33% per tahun atau 3% setiap bulan. Sedangkan jika dibandingkan dengan jumlah pelanggan listrik pascabayar, jumlah pelanggan listrik prabayar sudah mencapai 46% pada bulan Juli 2107. Jumlah pelanggan listrik prabayar terus meningkat dari setiap periodenya, dan jumlah pelanggan listrik pascabayar terus menurun dari periode ke periode, penurunan jumlah pelanggan listrik pascabayar salah satunya diakibatkan oleh pelanggan yang melakukan migrasi dari listrik pascabayar ke listrik prabayar dengan tujuan tertentu yang ingin mereka dapatkan. Akan tetapi penurunan jumlah pelanggan listrik pascabayar tidak semua ingin beralih ke listrik prabayar, banyak dari mereka yang sudah tidak tercatat sebagai pelanggan listrik pascabayar dikarenakan mereka sudah tidak diperbolehkan lagi menggunakan listrik pascabayar (diputus sementara) karena mereka tidak mentaati peraturan ayang diberikan oleh PT. PLN seperti menunggak pembayaran listrik, melakukan pelanggaran, dll. Berikut ini adalah data pertumbuhan pelanggan listrik prabayar dari periode bulan Juli 2011 sampai dengan Juli 2017 yang akan dijelaskan pada halaman selanjutnya:

**Tabel 1.1**

**Pertumbuhan Jumlah Pelanggan Listrik Prabayar**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **PERTUMBUHAN JUMLAH PELANGGAN** | | | |
| **LISTRIK PRABAYAR** | | | |
| **PLN AREA CIREBON RAYON INDRAMAYU** | | | |
| **PERIODE JULI 2011-2017** | | | |
| **TAHUN** | **LPB** | **GROWTH** | **% GROWTH** |
| JULI 2011 | 7.743 | - | - |
| JULI 2012 | 15.949 | 8206 | 106% |
| JULI 2013 | 24.152 | 8203 | 51% |
| JULI 2014 | 31.426 | 7274 | 30% |
| JULI 2015 | 38.549 | 7123 | 23% |
| JULI 2016 | 45.683 | 7134 | 19% |
| JULI 2017 | 52.351 | 6668 | 15% |
| JUMLAH | - | 44.608 | 33% |

sumber: PT. PLN (persero) Rayon Indramayu

**Tabel 1.2**

**Perbandingan Jumlah Pelanggan Litsrik Prabayar Dengan Jumlah Pelanggan Listrik Pascabayar**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **PENINGKATAN LISTRIK PRABAYAR** | | | |
| **BERBANDING PASCABAYAR** | | | |
| **PLN AREA CIREBON RAYON INDRAMAYU** | | | |
| **PERIODE JULI 2011-2017** | | | |
| **TAHUN** | **LPB** | **PASCABAYAR** | **% LPB** |
| JULI 2011 | 7.743 | 115.735 | 7% |
| JULI 2012 | 15.949 | 115.161 | 14% |
| JULI 2013 | 24.152 | 114.432 | 21% |
| JULI 2014 | 31.426 | 113.833 | 28% |
| JULI 2015 | 38.549 | 113.495 | 34% |
| JULI 2016 | 45.683 | 113.128 | 40% |
| JULI 2017 | 52.351 | 112.645 | 46% |

sumber: PT. PLN (persero) Rayon Indramayu

Dari data tersebut di atas peningkatan jumlah pelanggan listrik prabayar masih lebih banyak didominasi pleh pelanggan yang melakukan pemasangan baru. Berdasarkan data dari PLN Rayon Indramayu pelanggan yang melakukan migrasi dari listrik pascabayar kelistrik prabayar dari periode juli 2011 sampai dengan juli 2017 sebanyak 5.391 pelanggan, jika dirata-ratakan dengan jumlah pertumbuhan pelanggan listrik prabayar yaitu hanya 12% dari total pertumbuhan pelanggan listrik prabayar dari periode Juli 2011 sampai dengan Juli 2017, atau dapat dikatakan bahwa sebagian besar pelanggan listrik prabayar adalah oelanggan yang melakukan pemasangan baru, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa keinginan pelanggan untuk melakukan migrasi ke listrik prabayar masih tergolong rendah. Berikut adalah data pelanggan yang melakukan migrasi dari listrik pascabayar ke listrik prabayar periode Juli 2011 sampai dengan Juli 2017:

**Tabel 1.3**

**Jumlah Pelanggan Migrasi**

|  |  |
| --- | --- |
| **JUMLAH PELANGGAN MIGRASI** | |
| **LISTRIK PASCABAYAR - PRABAYAR** | |
| **PLN AREA CIREBON RAYON INDRAMAYU** | |
| **PERIODE JULI 2011 – 2017** | |
| **TAHUN MIGRASI** | **JUMLAH PELANGGAN** |
| JULI 2011 | 2053 |
| JULI 2012 | 855 |
| JULI 2013 | 731 |
| JULI 2014 | 568 |
| JULI 2015 | 347 |
| JULI 2016 | 367 |
| JULI 2017 | 470 |
| JUMLAH | 5.391 |

sumber: PT. PLN (persero) Rayon Indramayu

Salah satu penyebab rendahnya pelanggan yang melakukan migrasi dari listrik pascabayar ke listrik prabayar adalah faktor harga, masyarakat pengguna listrik prabayar menilai jika menggunakan listrik prabayar lebih boros jika dibandingkan dengan menggunakan listrik pascabayar, salah satu penyebabnya adalah dikarenakan tarif listrik prabayar menggunakan tarif adjustment, sehingga tarif listrik prabayar selalu berubah seiring dengan kurs rupiah terhadap dollar dan harga minyak dunia. Sehingga pengguna tidak dapat memberikan standar sendiri dalam menggunakan energi listrik. Tarif listrik juga dibedakan menjadi dua golongan yaitu golongan subsidi dan golongan non subsidi, untuk golongan subsidi tarif listrik sudah ditentukan, sdangkan untuk golongan non subsidi, tarif listrik menggunakan tarif adjustment. Berikut ini adalah tarif dasar listrik untuk golongan subsidi dan non subsidi:

**Tabel 1.4**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **TARIF DASAR LISTRIK** | | |
|  |  |  |
| **GOLONGAN TARIF/DAYA** | **KETERANGAN** | **TARIF (RP/KWH)** |
| R-1/450 VA | Subsidi | 415 |
| R-1/900 VA | Subsidi | 586 |
| R-1/900 VA-RTM (Rumah Tangga Mampu) | Non-Subsidi | 1.352 |
| R-1/1300 VA | Non-Subsidi | 1.467,28 |
| R-1/2200 VA | Non-Subsidi | 1.467,28 |
| R-2/3500 VA, 4400 VA, 5500 VA | Non-Subsidi | 1.467,28 |
| R-3/6600 VA ke atas | Non-Subsidi | 1.467,28 |
| B-1/450 VA | Subsidi | 535 |
| B-1/900 VA | Subsidi | 630 |
| B-1/1300 VA | Subsidi | 966 |
| B-1/2200 VA | Subsidi | 1100 |
| B-1/3500 VA | Subsidi | 1100 |
| B-1/4400 VA | Subsidi | 1100 |
| B-1/5500 VA | Subsidi | 1100 |
| S-1/220 VA | Subsidi | - |
| S-2/450 VA | Subsidi | 325 |
| S-2/900 VA | Subsidi | 455 |
| S-2/1300 VA | Subsidi | 708 |
| S-2/2200 VA | Subsidi | 760 |
| S-2/3500 VA s.d 200 kVA | Subsidi | 900 |
| S-3/ di atas 200 kVA | Subsidi | - |
| I-1/450 VA | Subsidi | 485 |
| I-1/900 VA | Subsidi | 600 |
| I-1/1300 VA | Subsidi | 930 |
| I-1/2200 VA | Subsidi | 960 |
| I-1/3500 VA s.d 14 kVA | Subsidi | 1112 |
| I-2/14 kVA s.d 200 kVA | Subsidi | - |
| P-1/450 VA | Subsidi | 685 |
| P-1/900 VA | Subsidi | 760 |
| P-1/1300 VA | Subsidi | 1049 |
| P-1/2200 VA | Subsidi | 1076 |
| P-1/3500 VA | Subsidi | 1076 |
| P-1/4400 VA | Subsidi | 1076 |
| P-1/5500 VA | Subsidi | 1076 |

Sumber: listrik.org

Berdasarkan tebel 1.4 diatas, tarif non subsidi menggunakan tarif adjustment yaitu sebesar Rp. 1.467,28 selain dari tarif R1M 900 yaitu Rp.1352. menurut hasil wawancara dengan pihak PLN hal ini dikarenakan tarif yang disesuaikan dengan kurs rupiah terhadap dollar dan harga minyak dunia. Selain karena faktor harga, pertumbuhan pelanggan yang melakukan migrasi begitu lambat juga dikarenakan oleh kualitas dari KWH meter listrik prabayar yang memiliki kualitas yang kurang baik, hal ini dibuktikan dengan banyaknya temuan kelainan KWH meter listrik prabayar. Berbeda dengan listrik KWH meter pascabayar yang tergolong masih rendah akan temuan kelainan (K2) tetapi tinggi akan pelanggaran, sedangkan KWH meter prabayar tinggi akan kelainan (K2) dan rendah terhadap pelanggaran yang dilakukan oleh pelanggan. Berikut ini adalah data mengenai perbandingan pelanggaran dan kelainan listrik prabayar dan pascabayar

Gambar 1.1

Pelanggaran dan Kelainan Listrik Prabayar dan Pascabayar

Sumber: PT. PLN Rayon Indramayu

Berdasarkan data tersebut diatas, listrik pascabayar memiliki kalainan (K2) atau bisa dikatakan bahwa KWH meter listrik pascabayar memiliki kualitas yang lebih baik dari prada listrik prabayar hal ini dibuktikan dengan adanya temuan kelainan listrik pascabayar sebanyak 283 pelanggan dan prabayar sebanyak 441 pelanggan, sedangkan dari sisi pelanggaran justru pelanggan pascabayar lebih banyak melakukan pelanggaran (P1, P2, P3, dan P4) yang lebih banyak jika dibandingkan dengan jumlah pelanggaran pelanggan prabayar, berdasarkan data diatas jumlah pelanggaran pelanggan pascabayar sebanyak 246 pelanggan, dan prabayar sebanyak 38 pelanggan. Hal ini menunjukan bahwa KWH meter pascabayar lebih mudah untuk dicurangi oleh pelanggan. Dari data kelainan tersebut kemudian dilakukan penggantian KWH meter oleh pihak PLN, sedangkan untuk pelanggan yang melakukan pelanggaran (P1, P2, dan P3) akan dilakukan penormalan dan dikenakan denda atau tagihan susulan, sedangkan untuk jenis pelanggaran P4 (non pelanggan) listrik akan langsung diputus dan KWH meter yang bersangkutan akan langsung dibongkar, dan kemudian jika pelanggan ingin tetap memiliki listrik maka harus melakukan pemasangan baru listrik prabayar.

Dari data tersebut penggantian KWH meter listrik prabayar yang cukup tinggi, maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan listrik prabayar masih rendah, hal tersebut dibuktikan pada gambar 1.1 yang menyatakan bahwa pada periode bulan Januari sampai dengan Juli 2017 tercatat terdapat 441 pelanggan listrik prabayar yang harus dilakukan penggantian KWH meter. Tingginya tingkat kelainan pada KWH meter prabayar harus cepat ditangani oleh pihak PLN, oleh karena itu pihak PLN harus lebih memperhatikan lagi terkait dengan kualitas KWH meter yang diberikan kepada masyarakat, PT. PLN harus memilih vendor pembuat KWH meter yang bisa menyediakan KWH meter dengan kualitas yang baik, agar masyarakatpun merasa puas dengan menggunakan listrik prabayar karena jika KWH meter berkualitas baik, maka pengguna listrik prabayar dapat menikmati kemudahan dan fitur-fitur yang diberikan oleh listrik prabayar, tetapi sebaliknya, jika kualitas KWH meter kurang baik, maka pengguna listrik prabayar tidak dapat dengan maksimal menikmati kemudahan dan fitur-fitur yang disediakan oleh listrik prabayar atau bahkan semakin mempersulit pengguna karena gangguan-gangguan yang disebabkan karena kualitas KWH meter yang kurang baik.

Berdasarkan hasil dari kuesioner pra survei dengan memberikan beberapa pernyataan kepada konsumen yang melakukan migrasi ke listrik prabayar dengan indikator berupa marketing mix yaitu product (produk), price (harga), place (tempat), promotion (promosi) people (SDM), process (proses), phisycal evidence (bukti fisik), dan kepuasan konsumen. Kuesioner diberikan kepada 16 orang pelanggan yang melakukan migrasi dari listrik pascabayar ke listrik prabayar, berikut ini adalah hasil dari observasi tersebut:

**Tabel 1.5**

**Hasil Kuesioner Pra Survei**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No.** | **Indikator** | **Pernyataan** | **Presentase (%)** | | | | |
| **SS** | **S** | **KS** | **TS** | **STS** |
| 1 | **Harga** | Mengetahui keunggulan harga/tarif listrik prabayar  (TOKEN) | 0 | 13 | **44** | 38 | 6 |
| 2 | Harga (tarif) listrik prabayar (TOKEN) lebih murah dari pada listrik pascabayar | 13 | 13 | **38** | 25 | 13 |
| 3 | harga (tarif) listrik prabayar (TOKEN) sesuai dengan manfaat yang diterima konsumen | 6 | 13 | **31** | **31** | 19 |
| 4 | Harga yang ditawaran listrik prabayar sesuai dengan kualitas produk listrik prabayar (TOKEN) | 0% | 19 | **38** | **38** | 6 |
| 5 | biaya untuk melakukan migrasi ke listrik prabayar terjangkau oleh konsumen | 19 | 19 | **44** | 19 | 0 |
| 6 | **Tempat** | Mudah dalam melakukan migrasi ke listrik prabayar (TOKEN) | 38 | **50** | 0 | 13 | 0 |
| 7 | Mudah dalam memperoleh informasi tentang migrasi ke listrik prabayar (TOKEN) | 25 | **56** | 19 | 0 | 0 |
| 8 | **Promosi** | Mengetahui keunggulan produk listrik prabayar (TOKEN) dari media iklan di televisi, redia, internet, koran, dll | 0 | 0 | **50** | 44 | 6 |
| 9 | Mengetahui keunggulan produk listrik prabayar (TOKEN) dari pengalaman konsumen lain yang sudah menggunakan (WOM) | 13 | 13 | **50** | 25 | 0 |
| 10 | masyarakat yang sudah menggunakan listrik prabayar (TOKEN) memberikan informasi positif tentang listrik prabayar (WOM) | 13 | 13 | **56** | 13 | 6 |
| 11 | tawaran bebas biaya beban dari listrik prabayar menarik perhatian anda | 38 | **50** | 6 | 6 | 0 |
| 12 | tawaran bebas biaya migrasi membuat anda ingin melakukan migrasi ke listrik prabayar (TOKEN) | **44** | 38 | 13 | 6 | 0 |
| 13 | ***People*** | petugas PLN ramah saat melayani anda melakukan migrasi | 31 | **50** | 19 | 0 | 0 |
| 14 | petugas PLN memberikan penjelasan mengenai keunggulan dari listrik prabayar (TOKEN) | 31 | **50** | 13 | 6 | 0 |
| 15 | ***Process*** | migrasi ke listrik prabayar (TOKEN) mudah dilakukan | 31 | **44** | 13 | 13 | 0 |
| 16 |  | waktu tunggu antara pendaftaran migrasi dan proses pemasangan listrik prabayar (TOKEN) cepat | 24 | **41** | 18 | 18 | 0 |
| 27 | ***Physical Evidence*** | KWH meter listrik prabayar (TOKEN) mempunyai desain yang lebih baik | 31 | **50** | 19 | 0 | 0 |
| 28 | **Kepuasan Pelanggan** | Pegawai PLN menanggapi kebutuhan konsumen dengan sangat memuaskan | 6 | 25 | 25 | **44** | 0 |
| 29 | Puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pegawai PLN | 19 | 0 | **50** | 31 | 0 |
| 20 | Puas dengan harga listrik prabayar (TOKEN) | 0 | 13 | **56** | 25 | 6 |
| 21 | Puas dengan kualitas produk listrik prabayar (TOKEN) | 6 | 13 | **56** | 25 | 0 |

Sumber: kuesioner pra survei

Berdasarkan hasil kuesioner pra survei, diketahui bahwa SS (sangat setuju), S (setuju), KS (kurang setuju), TS (tidak setuju), STS (sangat tidak setuju), dan angka yang berwarna merah memiliki arti tanggapan negatif tertinggi dari responden (kurang setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju) sedangkan angka yang memiliki warna biru berarti tanggapan positif tertinggi dari responden (kurang setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju).

Berdasarkan hasil penelitian pra survei ditemukan beberapa indokator yang masih belum baik menurut konsumen. Dari indikator harga, 44% responden menyatakan bahwa mereka tidak mengetahui tentang keunggulan harga/tarif dari listrik prabayar, 38% responden menyatakan bahwa harga (tarif) listrik prabayar tidak lebih murah dari listrik pascabayar, 31% responden menyatakan bahwa harga (tarif) listrik prabayar tidak sesuai dengan manfaat yang diterima konsumen, 38% responden menyatakan bahwa harga yang ditawarkan listrik prabayar tidak sesuai dengan kualitas produk, dan 44% responden menyatakan bahwa biaya untuk melakukan migrasi ke listrik prabayar kurang terjangkau oleh konsumen. Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen yang melakukan migrasi ke listrik prabayar mereka mengatakan bahwa ketika mereka menggunakan listrik pascabayar pembayaran listrik lebih sedikit jika dibandingkan dengan jumlah pembelian token listrik prabayar, terlebih lagi dengan adanya penghapusan subsidi yang dilakukan pemerintah untuk tarif rumah tangga semakin membuat pelanggan listrik menjadi semakin resah. Penghapusan subsidi ini menuntut masyarakat untuk lebih menghemat penggunaan listrik.

Dari indikator promosi terdapat temuan yaitu 50% responden menyatakan bahwa mereka tidak mengetahui produk listrik prabayar dari media iklan yang dilakukan oleh PLN, 50% responden menyatakan bahwa mereka tidak mengetahui keunggulan listrik prabayar dari pengalaman konsumen lain yang sudah menggunakan listrik prabayar, dan 50% responden menyatakan bahwa masyarakat yang sudah menggunakan listrik prabayar tidak memberikan informasi positif tentang listrik prabayar, dengan demikian terdapat beberapa temuan dari indikator promosi dan khususnya pada faktor *Word of Mouth* (WOM). Menurut responden, mereka akan lebih ingin menggunakan listrik prabayar jika mereka mendapatkan informasi positif dari konsumen lain yang sudah menggunakan listrik prabayar, dan jika mereka mendapatkan dorongan dari konsumen lain untuk menggunakan listrik prabayar dan berdasarkan hasil dari kuesioner pra survei menunjukan bahwa masih rendahnya minat mereferensikan dari pengguna listrik prabayar. Oleh karena itu indikator WOM harus lebih ditingkatkan oleh PLN, perusahaan harus menemukan cara agar konsumen memiliki minat untuk mereferensikan listrik prabayar ke pengguna lain agar ingin menggunakan listrik prabayar.

Dari indikator kepoasan pelanggan terdapat beberapa temuan yang tidak sesuai, diantaranya 44% konsumen menyatakan bahwa pegawai PLN tidak menanggapi kebutuhan konsumen dengan memuaskan, 50% responden menyatakan bahwa konsumen kurang merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pegawai PLN, 56% responden menyatakan bahwa konsumen kurang merasa puas dengan harga listrik prabayar, dan 56% responden menyatakan bahwa konsumen kurang merasa puas dengan kualitas produk listrik prabayar. Berdasarkan hasil wawancara dengan responden, mereka mengatakan mereka tidak merasa puas setelah melakukan migrasi ke listrik prabayar.

Berdasarkan uraian di atas, ditemukan masalah pada faktor harga, dan promosi khususnya untuk *Word of Mouth* (WOM) dan rendahnya minat pelanggan untuk bermigrasi ke listri prabayar serta masih rendahnya kepuasan konsumen listrik prabayar.

Berdasarkan latar belakang dan fenomena yang telah dijelaskan, maka dalam penelitian ini penulis mengambil judul **“PENGARUH HARGA, DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN : STUDI PADA PELANGGAN YANG MELAKUKAN MIGRASI DARI LISTRIK PASCABAYAR KE LISTRIK PRABAYAR DI PT. PLN (PERSERO) AREA CIREBON RAYON INDRAMAYU KABUPATEN INDRAMAYU.**

* 1. **Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah**

Dari latar belakang dan fenomena yang telah diuraikan di atas maka dapat diuraikan menjadi identifikasi masalah dan kemudian diuraikan ke dalam rumusan masalah.

* + 1. **Identifikasi Masalah**

Dari latar belakang dan fenomena diatas maka terdapat beberapa permasalahan diantaranya:

1. Variabel Harga (X1):
2. Harga (tarif) listrik yang berfluktuatif.
3. Persepsi konsumen tentang harga (tarif) listrik prabayar tidak baik.
4. Adanya penghapusan subsidi tarif listrik.
5. Biaya beban hanya diberlakukan kepada pelanggan listrik pascabayar.
6. Variabel *Word of Mouth* (X2):
7. Rendahnya minat mereferensikan listrik prabayar.
8. Konsumen cenderung memberikan informasi negatif tentang listrik prabayar.
9. Variabel Keputusan Pembelian (Y)
10. Konsumen yang melakukan migrasi ke listrik prabayar setiap tahun terus menurun.
11. Rendahnya minat masyarakat untuk beralih ke listrik prabayar.
12. Variabel Kepuasan Pelanggan (Z)
13. Tingginya tingkat keluhan pelanggan terhadap listrik prabayar.
14. Tingginya tingkat kerusakan KWH meter listrik prabayar.
15. Tingginya gangguan yang terjadi pada pelanggan listrik prabayar.
16. Rendahnya kepuasan pelanggan.
    * 1. **Rumusan Masalah**

Berdasarkan permasalahan yang telah diidentifikasi di atas, penulis merumuskan permasalahan yang akan diteliti sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan pelanggan tentang harga listrik prabayar.
2. Bagaimana tanggapan pelanggan tentang *Word of Mouth* tentang listrik prabayar.
3. Bagaimana tanggapan pelanggan tentang Keputusan Pembelian listrik prabayar
4. Bagaimana tanggapan pelanggan tentang Kepuasan Pelanggan listrik prabayar
5. Seberapa besar pengaruh harga dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian baik secara parsial atau pun simultan
6. Seberapa besar pengaruh keputusan pembelian terhadap kepuasan pelanggan.
   1. **Tujuan Penelitian**

Sehubungan dengan rumusan masalah tersebut di atas, maka penelitian ini untuk mempelajari dan menilai pengaruh harga dan word of mouth terhadap keputusan pembelian*.* Adapun secara rinci dari penulisan ini adalah :

1. Untuk mengatahui tanggapan pelanggan tentang harga listrik prabayar.
2. Untuk mengatahui tanggapan pelanggan tentang *word of mouth* dari pelanggan listrik prabayar.
3. Untuk mengatahui besar pengaruh referensi harga dan *word of mouth*, terhadap keputusan pembelian.
   1. **Kegunaan penelitian**

Kegunaan hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang dapat dipercaya dan memberikan manfaat yang berguna bagi semua pihak yang berkepentingan. Semua informasi yang akan diperoleh dari hasil penelitian diharapkan akan memberikan kegunaan berupa:

**1.4.1 Kegunaan Teoritis**

Adapun kegunaan teoritis dari penelitian ini adalah untuk memberikan sumbangan pemikiran guna mendukung pengembangan teori yang sudah ada dan dapat memberikan tambahan informasi bagi para pembaca yang ingin menambah wawasan pemgetahuan, khususnya mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap minat mereferensikan listrik prabayar.

* + 1. **Kegunaan Praktis**

Dari penelitian ini diharapkan dapat berguna dan bermanfaat bagi berbagai pihak antara lain:

1. Bagi Penulis

Menambah wawasan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap minat mereferensikan listrik prabayar*.* Juga sebagai salah satu syarat dalam menempuh ujian sidang sarjana ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan.

1. Bagi Instansi

Diharapkan dapat memberikan informasi tentang seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap minat mereferensikan listrik prabayar*.*

1. Bagi Pihak Lain

Sebagai sumber informasi dan referensi bagi pihak-pihak yang terkait dengan topik sejenis serta dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya.

* 1. **Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada pelanggan yang melakukan migrasi ke listrik prabayar yang ada di rayon Indramayu dan berdasarkan data-data yang diperoleh dari PLN rayon Indramayu, penelitian ini dilaksanakan pada Februari 2017 sampai dengan selesai.