

## ABSTRAKSI

Kebutuhan pelanggan akan sangat menentukan kualitas yang akan diberikan oleh perusahaan, sehingga kualitas yang tinggi bukan berdasar pada persepsi perusahaan melainkan berdasar pada persepsi pelanggan. Oleh sebab itu penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat kesesuaian *customer value, perceived price, corporate image and service quality* yang diberikan oleh perusahaan dengan harapan pelanggan. Data mengenai *customer value, perceived value, corporate image and service quality* dikumpulkan melalui wawancara dengan menggunakan kuesioner kepada 125 pelanggan dengan daya di atas 100 kVA. Selanjutnya, data yang terkumpul dianalisis dengan menggunakan teknik *Importance Performance Analysis (IPA)*.

Hasil *Importance Performance Analysis (IPA)* menunjukkan bahwa indikator *customer value* yang meliputi : tegangan (voltage) stabil dan Pemeliharaan jaringan tapi listrik tetap nyala dalam Kuadran A. Indikator Instalasi rumah dipasang dengan baik; Jaringan Interkoneksi; Baca kWh meter yang akurat dalam Kuadran B; dan indikator Material pemeliharaan yang bermutu dalam kuadran D. Indikator variabel *perceived price*, yaitu Biaya pasang baru / naik daya lebih murah dari pengadaan diesel berada di kuadran A. Indikator Harga jual lebih murah dari harga pokok produksi; Harga jual Rp/kWh lebih murah dari pengoperasian energi diesel; Skema pembayaran pasca bayar dalam Kuadran B. Indikator variabel *corporate image* yaitu Citra PLN dibanding BUMN lain, Citra pelayanan PLN yang memuaskan, Citra PLN peduli pada pelanggan berada di kuadran A. Indikator Citra PLN karena tarif murah berada dalam Kuadran B. Indikator *service quality* yaitu Keakuratan & kecepatan pelayanan atas pengaduan kesalahan rekening; Empati dari petugas pelayanan pengaduan gangguan teknik berada di kuadran A. Indikator tempat pembayaran rekening lewat kantor/bank; kehandalan & kecepatan pelayanan gangguan teknik; daya tanggap & keramahan atas pengaduan gangguan teknik; daya tanggap & keramahan atas pengaduan kesalahan rekening; jaminan & ketepatan atas perbaikan pengaduan teknik; jaminan & ketepatan atas perbaikan pengaduan kesalahan rekening dalam Kuadran B. indikator Komputerisasi pelayanan pengaduan; Empati dari petugas pelayanan pengaduan kesalahan rekening berada di kuadran D.

Berdasarkan hasil analisis IPA, maka untuk meningkatkan kesesuaian harapan pelanggan dan kinerja perusahaan atas *customer value, perceived price, corporate image and service quality* dilakukan melalui perbaikan dan peningkatan indikator tegangan (voltage) stabil; Pemeliharaan jaringan tapi listrik tetap nyala; indikator kWh meter diukur dengan akurat; Material pemeliharaan yang bermutu; Biaya pasang baru / naik daya lebih murah dari pengadaan diesel; Citra PLN dibanding BUMN lain; Citra pelayanan PLN yang memuaskan; Citra PLN peduli pada pelanggan; Komputerisasi pelayanan pengaduan; Keakuratan & kecepatan pelayanan atas pengaduan kesalahan rekening; Empati dari petugas pelayanan pengaduan gangguan teknik; dan Empati dari petugas pelayanan pengaduan kesalahan rekening.

**Kata kunci :** *customer value, perceived price, corporate image and service quality*