

## ABSTRAK

Kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan. PT. PLN (Persero) Rayon Kebumen merupakan salah satu kantor cabang dari PT. PLN (Persero) Area Cilacap yang mempunyai harapan besar untuk selalu mendapatkan citra perusahaan yang positif di benak pelanggan. Strategi yang diterapkan PT. PLN (Persero) Rayon Kebumen untuk mendapat citra positif di mata publik adalah dengan menerapkan pelayanan yang berkualitas. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap citra perusahaan PT. PLN (Persero) Rayon Kebumen. Teori yang dipakai dalam penelitian ini adalah teori S-R (*Stimulus-Response*). Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan tipe penelitian survey. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan PT. PLN (Persero) di Kecamatan Prembung, Kabupaten Kebumen. Teknik sampling menggunakan *random sampling* (acak) yang berjumlah 99 responden. Teknik analisis data menggunakan korelasi *product moment* dan regresi linear sederhana. Hipotesis dalam penelitian ini adalah ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap citra perusahaan PT. PLN (Persero) Rayon Kebumen. Hasil analisis menggunakan korelasi *product moment* diperoleh nilai koefisien korelasi ( $r$ ) sebesar 0,739 dan signifikansi 0,000. Berarti terdapat hubungan yang kuat antara variabel kualitas pelayanan terhadap citra perusahaan PT. PLN (Persero) Rayon Kebumen. Hasil analisis menggunakan regresi linear sederhana didapatkan nilai sebesar 54,7%, yang artinya bahwa citra perusahaan PT. PLN (Persero) Rayon Kebumen dapat dijelaskan melalui kualitas pelayanan yang diterapkan PT. PLN (Persero) Rayon Kebumen, dan sisanya 45,3% dijelaskan oleh faktor lain diluar dari yang diteliti. Faktor lain tersebut misalnya identitas fisik perusahaan, identitas non fisik perusahaan, manajemen perusahaan, aktifitas dan pola hubungan perusahaan. Dari keseluruhan hasil tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa teori *stimulus-response* teruji dan relevan pada populasi di penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan

## ABSTRACT

*Service quality focused on fulfilling customer's need and delivering communication for complying customer's expectations. PT. PLN (Persero) Area of Kebumen is one of branch office of PT. PLN (Persero) Area of Cilacap which has high expectations to get good corporate image within the customer's mind. PT. PLN's (Persero) Area of Kebumen strategy to get good corporate image is by applying excellent service. This research aims to know the positive and significant impact between the service quality and the corporate image of PT. PLN (Persero) Area of Kebumen. The S-R (Stimulus-Response) theory, collaborated with quantitative approach and survey technique as research method, is used within this research. The research's population are PT. PLN's (Persero) customers in Preambun District, Kebumen Regency. Sampling technique uses random sampling with ninety nine respondents and data analysis uses product moment correlation and simple linear regression. The research hypothesis is there is a positive and significant influence between the service quality and the corporate image of PT. PLN (Persero) Area of Kebumen. The analysis using product moment correlation generates correlation coefficient value ( $r$ ) as 0.739 and signification as 0.000 which means there is vigorous correlation between the service quality variable toward the corporate image of PT. PLN (Persero) Area of Kebumen. The analysis using simple linear regresion generates value 54.7% which means that the corporate image of PT. PLN (Persero) Area of Kebumen could be explained by the service quality which applied by PT. PLN (Persero) Area of Kebumen, and the remaining value 45.3% explained by other factors outside the main variable within this research. The other factors may the company's physical identity, the company's non-physical identity, corporate management, and the company's activities and it's relationship pattern. Therefore, this research concludes that the S-R theory is tested and relevant to this research's population.*

*Keywords:* Service quality, corporate image