

Pengaruh *E-Service Quality* Dan *E-trust* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Aplikasi PLN Mobile Kota Padang Panjang

Fatma Luthfiani¹, Yuhefizar², Josephine Sudiman³

¹Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Padang

Email: fatmaluthfi0@gmail.com

²Jurusan Teknologi Informasi, Politeknik Negeri Padang

Email: yuhefizar@pnp.ac.id

³Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Padang

Email: jsudiman@pnp.ac.id

ABSTRACT

Technology has become an inseparable part of people's daily lives. The high use of cellphones and the internet in Indonesia has triggered companies to follow the wishes of the community by creating several applications that are used for the above activities. Several mobile applications already exist in Indonesia, one of which is for payments and purchases. One of the companies that provides mobile payment applications is the State Electricity Company (PLN), which is an Indonesian State-Owned Agency that operates in the electricity sector. In the final assignment with the title "The Influence of E-Service Quality and E-trust on Customer Satisfaction for Users of the PLN Mobile Application in Padang Panjang City" the author compiled using a quantitative approach with descriptive statistical analysis techniques. This research aims to determine the effect of E-Service Quality on customer satisfaction of PLN Mobile application users in Padang Panjang City and to determine the influence of e-trust on customer satisfaction of PLN Mobile users in Padang Panjang City. The number of respondents was 68 PLN Padang Panjang City customers who were chosen randomly. The results of this research show that E-Service Quality and e-trust have a significant effect on customer satisfaction for users of the PLN Mobile application in Padang Panjang City.

Keywords: Mobile Application, State Electricity Company, E-Service Quality, E-trust, Customer Satisfaction.

ABSTRAK

Teknologi telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam kehidupan sehari-hari manusia. Tingginya penggunaan ponsel dan internet di Indonesia memicu para perusahaan mengikuti kemauan masyarakat dengan memunculkan beberapa aplikasi yang digunakan untuk kegiatan diatas. Beberapa aplikasi mobile yang telah ada di Indonesia salah satunya dalam hal pembayaran dan pembelian. Salah satu perusahaan yang menyediakan aplikasi mobile pembayaran yaitu Perusahaan Listrik Negara (PLN) yang merupakan Badan Milik Negara Indonesia yang bergerak di bidang ketenagalistrikan. Pada tugas akhir dengan judul "Pengaruh *E-Service Quality* dan *E-trust* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Aplikasi PLN Mobile Kota Padang Panjang" penulis susun menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis statistik deskriptif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *E-Service Quality* terhadap kepuasan pelanggan pengguna aplikasi PLN Mobile Kota Padang Panjang dan mengetahui pengaruh *e-trust* terhadap keouasan pelanggan pengguna PLN Mobile Kota Padang Panjang. Jumlah responden 68 orang pelanggan PLN Kota Padang Panjang yang dipilih secara random. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *E-Service Quality* dan *e-trust* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna aplikasi PLN Mobile Kota Padang Panjang.

Kata kunci: Aplikasi Mobile, Perusahaan Listrik Negara, *E-Service Quality*, *E-trust*, Kepuasan Pelanggan.

Pendahuluan

Teknologi telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam kehidupan sehari-hari manusia. Salah satu perubahan yang terlihat yaitu semakin maraknya manusia yang memiliki serta menggunakan ponsel pintar untuk kegiatan sehari-harinya. Sembilan dari sepuluh orang pengguna internet di Indonesia yang berusia sekitar 18 hingga 35 tahun merupakan pengguna aktif smartphone. Tidak heran para pengguna ponsel saat ini lebih menyukai aktifitas yang menggunakan internet termasuk dalam hal bertransaksi. Beberapa aplikasi mobile yang telah ada di Indonesia salah satunya dalam hal pembayaran dan pembelian. Salah satu perusahaan yang menyediakan aplikasi mobile pembayaran yaitu Perusahaan Listrik Negara (PLN) yang merupakan Badan Milik Negara Indonesia yang bergerak di bidang ketenagalistrikan.

PT. PLN menciptakan model layanan berupa aplikasi bernama PLN Mobile untuk memudahkan pelanggan memenuhi kebutuhan informasi dan interaksi dengan PLN. Hadirnya aplikasi ini diharapkan bisa meningkatkan kualitas layanan yang selama ini diakses masyarakat. Kualitas pelayanan elektronik (*E-Service Quality*) seharusnya menjadi suatu perhatian penting dalam suatu perusahaan karena dapat berdampak pada kepuasan pelanggan. Dengan adanya pelanggan yang puas hal tersebut dapat melahirkan pelanggan yang loyal dan tidak memiliki kemauan untuk berpindah ke perusahaan lain. Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan kemudian dibandingkan dengan harapan.

Tingkat kepuasan pelanggan sangat tergantung pada mutu suatu produk atau jasa. Pengukuran kepuasan pelanggan merupakan elemen penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien dan lebih efektif. Kualitas layanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Pelayanan yang unggul bagi pelanggan dapat menciptakan pengalaman-pengalaman yang positif yang dapat diharapkan oleh para konsumen dengan memenuhi dan melampaui secara konsisten harapan-harapan mereka. Kemudian penulis memilih kota Padang Panjang sebagai tempat penelitian karena selain domisili penulis, juga mempermudah penulis dalam melakukan penelitian terhadap pengguna PLN Mobile, serta kota Padang Panjang merupakan kota yang tergolong kecil memudahkan pegawai PLN dalam mensosialisasikan pemakaian aplikasi PLN Mobile.

Dari permasalahan diatas adapun rumusan masalah yang dirangkup : [1] Bagaimana pengaruh *E-Service Quality* terhadap kepuasan pelanggan pengguna PLN Mobile Kota Padang Panjang? [2] Bagaimana pengaruh *e-trust* terhadap kepuasan pelanggan pengguna PLN Mobile Kota Padang Panjang? Kemudian dari permasalahan yang dirangkup, tujuan dari penelitian yaitu [1] untuk mengetahui pengaruh *E-Service Quality* terhadap kepuasan pelanggan penggunaan aplikasi PLN Mobile kota Padang Panjang. [2] untuk mengetahui pengaruh *e-trust* terhadap kepuasan pelanggan pengguna aplikasi PLN Mobile kota Padang Panjang.

E-Service Quality atau yang juga dikenal sebagai *e-servqual* merupakan bagian dari *service quality (servqual)* atau kualitas pelayanan. *E-servqual* dikembangkan untuk mengevaluasi suatu pelayanan yang diberikan pada jaringan internet. *E-Service Quality* didefinisikan sebagai perluasan dari kemampuan suatu situs untuk memfasilitasi kegiatan belanja, pembelian, dan distribusi secara efektif dan efisien. *E-Service Quality* merupakan salah satu topik yang paling banyak diteliti di bidang pemasaran karena

hubungannya dengan biaya, kepuasan, retensi dan loyalitas. Raynare (2021) *E-Service Quality* didefinisikan sebagai sejauh mana situs web memfasilitasi perbelanjaan dalam pembelian dan pengiriman produk serta layanan yang efisien dan efektif. Kepuasan pelanggan dapat dirasakan setelah pelanggan membandingkan pengalaman mereka dalam melakukan pembelian barang/jasa dari penjual atau penyedia barang/jasa dengan harapan dari pembeli itu sendiri. Kepuasan pelanggan berhubungan dengan baik senang ataupun kecewa yang merupakan hasil dari membandingkan layanan atau produk yang dikonsumsi sesuai dengan harapan pelanggan. Apabila kinerja produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan sama dengan yang dibayangkan konsumen maka konsumen akan sangat puas.

Livionna et al., (2018) menyebutkan empat faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan pelanggan, antara lain sebagai berikut : [1] Kualitas produk, tidak ada kerusakan maupun cacat pada produk, [2] Kualitas layanan, dimana pelanggan akan merasa nyaman ketika dilayani dengan baik dan disediakan fasilitas yang memadai sesuai dengan harapan dari pelanggan [3] Emosional, dimana pelanggan merasa bangga dan puas ketika produk yang digunakan memiliki nilai lebih di masyarakat luas [4] Harga, dimana produk memiliki kualitas yang sama, tetapi memiliki harga yang lebih rendah dari pasar.

Menurut penelitian Rifai & Ponirin (2015) Kepuasan pelanggan ditentukan oleh pelayanan yang di berikan oleh perusahaan baik secara *tangible* maupun *intangibile*, dalam hal ini penilaian oleh pelanggan mengenai kategori jasa yang diberikan oleh perusahaan. Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi spesifik terhadap keseluruhan pelayanan yang diberikan, di mana pengukuran atau respon pelanggan secara langsung atas pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa sehingga kepuasan pelanggan hanya bisa dinilai berdasarkan pengalaman yang pernah dialami saat proses pemberian pelayanan. Kepercayaan pelanggan pada sebuah sistem online (*e-trust*) adalah dimensi utama dari sebuah sistem *online*. *E-trust* merupakan sebuah kepercayaan yang dimiliki konsumen untuk membeli melalui internet.

Dalam penelitian Prakosa & Pradhanawati (2020), Keengganan untuk belanja online bisa timbul dari ketidakpastian tentang penyelesaian atau resiko yang terlihat tentang pembayaran dan keamanan dari informasi pribadi. Liani & Yusuf (2021) menyebutkan, *e-trust* merupakan keyakinan konsumen terhadap penyedia produk atau jasa bahwa mereka dapat dipercaya atau diandalkan dalam memenuhi janjinya sesuai dengan harapan konsumen secara online. Dalam penelitian Kartono et al., (2018) ada tiga dimensi *e-trust*, yaitu [1] Kemampuan (*ability*), yaitu mengacu pada kemampuan dan karakteristik penjual/organisasi/perusahaan dalam mempengaruhi wilayah yang spesifik. [2] Kebaikan Hati (*benevolence*), kemauan penjual/organisasi/perusahaan untuk menciptakan kepuasan yang saling menguntungkan antara dirinya dengan konsumen [3] Integritas (*Integrity*), yaitu terkait dengan bagaimana perilaku atau kebiasaan penjual/organisasi/perusahaan dalam menjalankan bisnisnya.

Transformasi PT PLN (Persero) untuk meningkatkan layanan kepada pelanggan melalui penyempurnaan aplikasi PLN Mobile, baik dari frontend maupun backend, berhasil mendapatkan pengakuan positif dari berbagai pihak. Aplikasi super yang membawa kemudahan dan kecepatan layanan kepada pelanggan PLN ini bahkan saat ini mendapatkan rating di Google PlayStore 4,8 dari skala 5, dengan sekitar 24,8 juta pengguna dan lebih dari 35 juta ID Pelanggan terdaftar (www.pln.co.id). Aplikasi

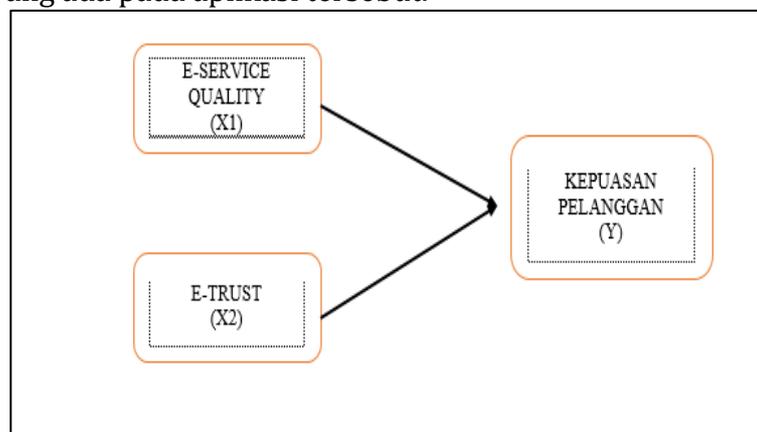
PLN Mobile merupakan bagian dari transformasi yang PLN lakukan untuk meningkatkan pelayanan kepada pelanggan. Sejak diluncurkan dengan tampilan dan berbagai fitur baru pada akhir tahun 2020 lalu, secara berkesinambungan PLN terus memberikan update fitur dan beragam layanan kepada pelanggan.

Teori expectancy disconfirmation theory

Teori expectancy disconfirmation theory atau bisa disingkat dengan EDT adalah teori yang biasa digunakan untuk menjelaskan bagaimana kepuasan atau ketidakpuasan itu terbentuk. Teori EDT adalah model teori yang menerangkan bahwa rasa kepuasan atau ketidakpuasan didapat setelah melakukan pembelian suatu produk kemudian membandingkan harapannya dengan kinerja produk yang sesungguhnya, teori ini merupakan teori yang dirumuskan oleh Richard L. Oliver pada tahun 1980. Pada penelitian Laetitia et al., (2021) menyebutkan, berdasarkan teori kepuasan bahwa dapat menggambarkan sebuah proses kepuasan dan ketidakpuasan untuk konsumen. Jika konsumen merasa puas akan mendapatkan konfirmasi. Tetapi sebaliknya bahwa jika konsumen tidak mendapatkan respon yang baik maka akan merasa tidak puas dengan produk yang memenuhi harapan mereka. Teori kepuasan ini akan berpengaruh dalam menjalankan kepuasan dan ketidakpuasan sehingga untuk itu teori kepuasan menjadi salah satu hal yang dapat dirasakan oleh konsumen secara langsung. Teori ini sering dikenal juga dengan nama Teori Diskonfirmasi (disconfirmation paradigm), dalam teori ini ditekankan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan ditentukan oleh suatu produk atau jasa dibandingkan standar kinerja yang diharapkan.

Kerangka Pemikiran

E-Service Quality merupakan perluasan dari kemampuan suatu situs untuk memfasilitasi kegiatan penjualan dan pembelian serta distribusi secara efektif dan efisien. Dari pengertian tersebut, *E-Service Quality* juga sebuah bentuk pelayanan yang diberikan oleh suatu aplikasi atau situs website yang sedang di akses. Para pengguna yang merasakan pelayanan yang tersedia pada aplikasi tersebut akan tertarik menggunakan aplikasi tersebut. *E-Service Quality* memiliki tujuh aspek dimensi yaitu, efficiency, fulfilment, privacy, responsiveness, contact, website. *E-trust* merupakan kepercayaan pada suatu situs online. Pada dasarnya masyarakat disaat menggunakan suatu aplikasi belum tentu mempunyai kepercayaan terhadap aplikasi tersebut. *E-trust* bergantung pada jaminan keamanan pencarian web, pemenuhan serta kuliatas web dan interaksi yang ada pada aplikasi tersebut.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

H1:*E-Service Quality* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pengguna aplikasi PLN Mobile Kota Padang Panjang.

Kualitas pelayanan yang efektif dan efisien yang dirasakan oleh pelanggan akan memberikan dampak yang signifikan bagi keberlangsungan perusahaan itu sendiri.

H2:*E-trust* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pengguna PLN Mobile Kota Padang Panjang

Tingkat kepercayaan yang didapatkan oleh pelanggan ketika memakai aplikasi PLN Mobile ini akan memberikan dampak positif bagi perusahaan karena ketika seorang pelanggan percaya terhadap suatu yang digunakan dan sesuai dengan kebutuhan yang diperlukannya maka mereka tidak akan berpindah ke aplikasi dan perusahaan yang lain.

Keterkaitan antara Teori Kepuasan (*The Expectancy Disconfirmation Model*) dengan *E-Service Quality* dan *E-trust*

Teori kepuasan (*the Expectancy Disconfirmation Model*) adalah model yang menjelaskan proses terbentuknya kepuasan atau ketidakpuasan konsumen yaitu merupakan dampak perbandingan antara harapan konsumen sebelum pembelian atau konsumsi dengan kinerja sesungguhnya yang diperoleh oleh konsumen. Dari penjelasan di atas dapat dikaitkan mengenai pengaruh *E-Service Quality* dan *e-trust* terhadap kepuasan pelanggan pengguna aplikasi PLN Mobile Kota Padang Panjang. Dalam hal ini berkaitan *E-Service Quality* dan *e-trust*. Untuk suatu kualitas pelayanan, perusahaan juga memikirkan bagaimana pemenuhan kebutuhan nilai guna suatu barang yang dapat digunakan oleh pelanggan itu sendiri, pada penelitian ini dimaksudkan aplikasi PLN Mobile.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu penelitian yang dapat diselesaikan dengan perhitungan statistik. Pendekatan penelitian yang menjawab permasalahan penelitian memerlukan pengukuran yang cermat terhadap variabel-variabel dari objek yang diteliti untuk menghasilkan kesimpulan yang dapat dimanfaatkan. Pendekatan kuantitatif merupakan suatu pendekatan di dalam penelitian untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji data statistik yang akurat. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan statistik deskriptif. Statistik deskriptif merupakan statistik yang fokus perhatiannya pada cara pengumpulan, pengolahan, penyajian dan penganalisisan data saja, tanpa berusaha untuk menarik kesimpulan terhadap populasinya.

Operasional Variabel

Operasional variabel adalah mendefinisikan secara operasional berdasarkan karakteristik yang diamati yang memungkinkan peneliti untuk melakukan observasi atau pengukuran secara cermat terhadap suatu objek atau fenomena.

Tabel 1. Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan
<i>E-Service Quality</i> Afandi Et Al.,(2019)	<i>Fulfilment</i>	Akurasi waktu ketika pengiriman produk, ketersediaan produk, serta akurasi janji layanan ditepati	Token listrik selalu tersedia di aplikasi
	<i>Responsiveness</i>	Kecakapan perusahaan dalam memberikan informasi yang benar dan tepat kepada konsumen saat masalah timbul	Saat terjadi gangguan, pln mobile cepat tanggap dalam menanggapi pengaduan
			Saya Menerima Notifikasi Dari PLN Mobile Bahwa Akan Dilakukan Pemadaman Lampu Bergilir
	<i>Privacy</i>	Melindungi informasi dan data pribadi pelanggan	Saya yakin bahwa pln mobile melindungi data pribadi pelanggan
	<i>Contact/Benefit</i>	Ketersediaan staf layanan konsumen secara online atau melalui telepon untuk membantu keperluan pengguna	Pln mobile menyediakan nomor call center apabila terjadi masalah pada aplikasi
	<i>Efficientcy/ Ease Of Use</i>	Mencakup dimana konsumen mampu mengakses sebuah aplikasi atau website, untuk mencari produk yang dibutuhkan dan informasi terkait produk tersebut dengan upaya yang sederhana	Dalam bertransaksi menggunakan pln mobile, saya tidak kesulitan dalam mengakses aplikasi
			Saya Merasa PLN Mobile Sangat Mudah Memberikan Informasi Yang Saya
	<i>App Design</i>	Sejauh mana sebuah situs web memfasilitasi belanja yang efektif dan efisien, pembelian dan pengiriman produk dan jasa	Saya merasa tampilan aplikasi pln mobile menarik dan terstruktur
<i>E-trust</i> Kartono Et Al.,(2018)	<i>Integrity</i>	Terkait dengan bagaimana perilaku atau kebiasaan perusahaan dalam meyakinkan pelanggan dalam menjalankan bisnis	Saya merasa pln mobile transparan memberikan informasi mengenai sistem pembayaran
	<i>Benevelonce</i>	Kemauan penjual/organisasi/perusahaan untuk menciptakan kepuasan yang saling menguntungkan antara dirinya dengan konsumen	Saya percaya pln mobile dapat memenuhi tanggung jawab kepada pelanggan
	<i>Ability</i>	Mengacu pada kemampuan dan karakteristik penjual/organisasi/perusahaan dalam mempengaruhi wilayah yang spesifik	Dengan adanya fitur simulasi biaya pada pln mobile, saya bisa mencek biaya pemasangan listrik, tagihan listrik, dan lain-lain
			Saya Merasa PLN Mobile Memiliki Fitur Maps Yang Mendeteksi

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan
			Lokasi Dimana Terjadinya Gangguan Terhadap Pelanggan
<i>Kepuasan Pelanggan</i> Livionna Et Al., (2018)	<i>Kualitas Produk</i>	Dimana pelanggan akan puas ketika produk diterima dengan kondisi yang baik dan sesuai dengan yang dijanjikan (tidak ada kerusakan maupun cacat pada produk).	Saya puas dengan kualitas produk (marketplace) yang diberikan melalui aplikasi pln mobile yang saaya gunakan saat ini
	<i>Kualitas Layanan</i>	Dimana pelanggan akan merasa nyaman ketika dilayani dengan baik dan disediakan fasilitas yang memadai sesuai dengan harapan dari pelanggan	Secara keseluruhan, saya puas dengan aplikasi pln mobile yang saya gunakan saat ini
	<i>Emosional</i>	Dimana pelanggan merasa bangga dan puas ketika produk yang digunakan memiliki nilai lebih di masyarakat luas, semakin produk yang digunakan dapat mengangkat nilai social dari pelanggan di masyarakat maka tingkat kepuasan pelanggan akan suatu produk akan semakin meningkat	Saya akan terus menggunakan aplikasi pln mobile yang saya gunakan saat ini
	<i>Harga</i>	Dimana produk memiliki kualitas yang sama, tetapi memiliki harga yang lebih rendah dari pasar	Penggunaan aplikasi layanan pln mobile dapat menghemat biaya serta memberikan banyak diskon untuk mengurangi pengeluaran saya

Mengingat tidak diketahui banyak pelanggan yang mengakses aplikasi PLN Mobile, maka dalam penelitian ini menggunakan sampel populasi yang tidak diketahui jumlahnya dengan menggunakan rumus Wibisono, yaitu metode yang digunakan ketika jumlah populasi tidak diketahui. Hal ini didasarkan pada pertimbangan bahwa jumlah populasi relative besar dan tidak dapat teridentifikasi dengan pasti, sehingga tidak mungkin seluruh elemen diteliti karena adanya keterbatasan waktu penelitian, biaya, dan sumber daya manusia. Adapun rumus sampel Wibisono dalam Akdon dan Riduwan (2013) sebagai berikut :

$$n = \left(\frac{Z\alpha}{2\sigma e} \right)^2$$

$$= \left(\frac{(1,96) \cdot (0,25)}{0,05} \right)^2$$

$$= 96,04$$

Keterangan:

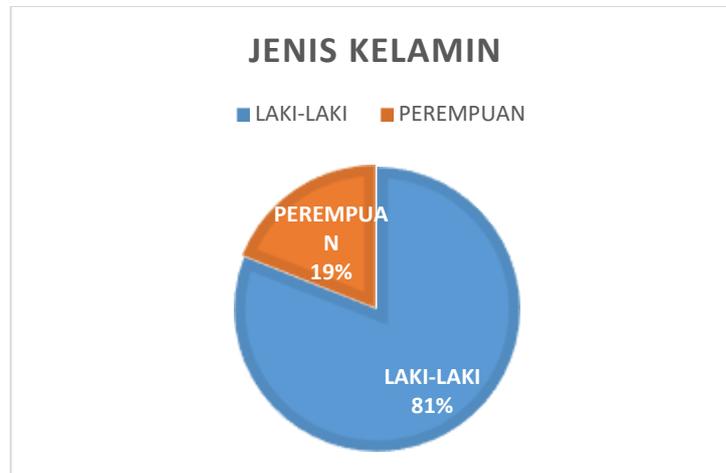
n= jumlah sampel

Z= tingkat kepercayaan dugaan atau confidence level (1- α)

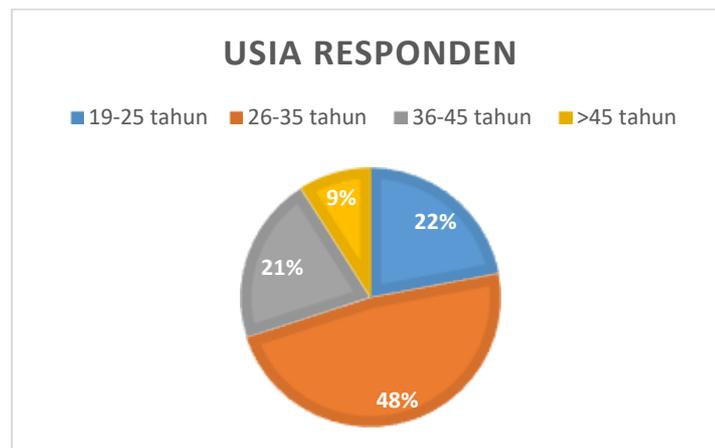
e= kesalahan dugaan (sampling error)

σ = standar deviasi atau penyimpangan baku

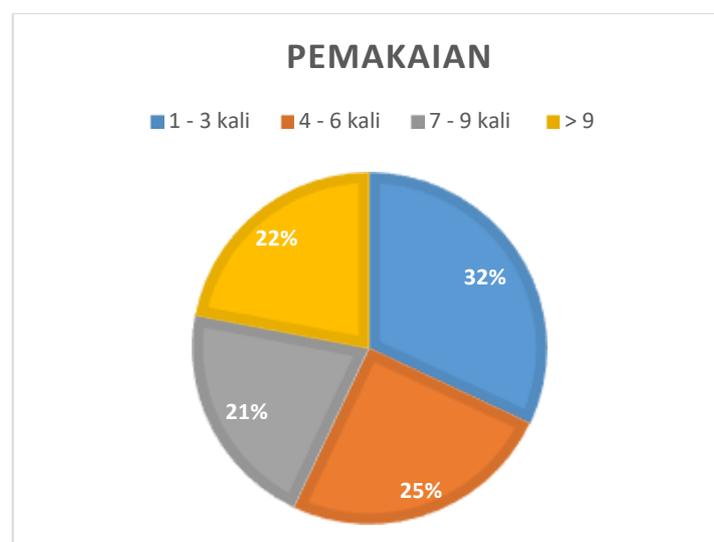
Hasil dan Pembahasan Profil Responden



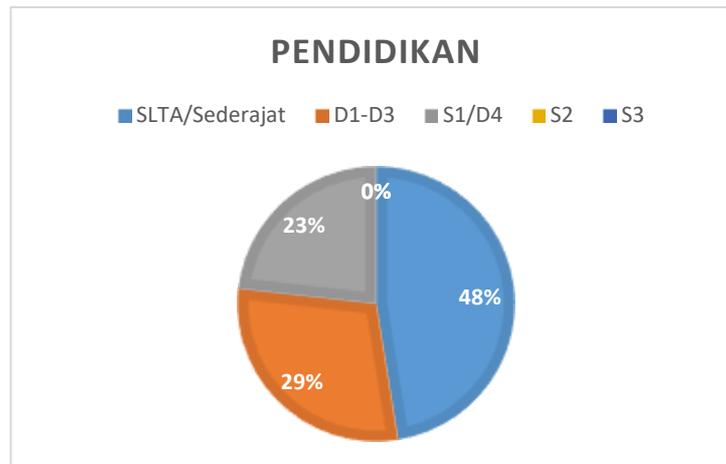
Gambar 2. Jenis Kelamin



Gambar 3. Usia Responden



Gambar 4. Pemakaian Aplikasi PLN Mobile



Gambar 5. Tingkat Pendidikan Responden

Hasil Statistik Deskriptif

	Descriptive Statistics										
	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance	Skewness	Kurtosis	Std. Error	Std. Error
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic
TotalX1	68	19	13	32	28.54	4.013	16.103	-1.465	.291	2.368	.574
TOTALX2	68	6	10	16	14.66	1.689	2.854	-.881	.291	-.604	.574
TOTALY	68	5	10	15	13.18	1.338	1.789	-.757	.291	.056	.574
Valid N (listwise)	68										

Gambar 6. Statistik Deskriptif

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Kode	Indikator	Cronbach Alpha
<i>E-Service Quality</i>	X1.1	Token listrik selalu tersedia di aplikasi	0,789
	X1.2	Saat terjadi gangguan, PLN Mobile cepat tanggap dalam menanggapi pengaduan	
	X1.3	Saya menerima notifikasi dari PLN Mobile bahwa akan dilakukan pemadaman lampu bergilir	
	X1.4	Saya yakin bahwa PLN Mobile melindungi data pribadi pelanggan	
	X1.5	PLN Mobile menyediakan nomor call center apabila terjadi masalah pada aplikasi	
	X1.6	Dalam bertransaksi menggunakan PLN Mobile, saya tidak kesulitan dalam mengakses aplikasi	
	X1.7	Saya merasa PLN Mobile sangat mudah memberikan informasi yang saya butuhkan mengenai kelistrikan	

Variabel	Kode	Indikator	Cronbach Alpha
	X1.8	Saya merasa tampilan aplikasi PLN Mobile menarik dan terstruktur	
<i>E-trust</i>	X2.1	Saya merasa PLN Mobile transparan memberikan informasi mengenai sistem pembayaran	0,826
	X2.2	Saya percaya PLN Mobile dapat memenuhi tanggung jawab kepada pelanggan	
	X2.3	Dengan adanya fitur simulasi biaya pada PLN Mobile, saya bisa mengecek biaya pemasangan listrik, tagihan listrik, dan lain-lain	
	X2.4	Saya merasa PLN Mobile memiliki fitur maps yang mendeteksi lokasi dimana terjadinya gangguan terhadap pelanggan	
Kepuasan Pelanggan	Y1	Saya puas dengan kualitas produk (marketplace) yang diberikan melalui aplikasi PLN Mobile yang saaya gunakan saat ini	0,668
	Y2	Secara keseluruhan, saya puas dengan aplikasi PLN Mobile yang saya gunakan saat ini	
	Y3	Saya akan terus menggunakan aplikasi PLN Mobile yang saya gunakan saat ini	
	Y4	Penggunaan aplikasi layanan PLN Mobile dapat menghemat biaya serta memberikan banyak diskon untuk mengurangi pengeluaran saya	

Uji Validitas

Tabel 3. Hasil Uji Validitas *E-Service Quality*

No	Item	R hitung	R tabel	Kesimpulan
1	Token listrik selalu tersedia di aplikasi	0,543	0,2387	Valid
2	Saat terjadi gangguan, PLN Mobile cepat tanggap dalam menanggapi pengaduan	0,835	0,2387	Valid
3	Saya menerima notifikasi dari PLN Mobile bahwa akan dilakukan pemadaman lampu bergilir	0,812	0,2387	Valid
4	Saya yakin bahwa PLN Mobile melindungi data pribadi pelanggan	0,903	0,2387	Valid
5	PLN Mobile menyediakan nomor call center apabila terjadi masalah pada aplikasi	0,753	0,2387	Valid
6	Dalam bertransaksi menggunakan PLN Mobile, saya tidak kesulitan dalam mengakses aplikasi	0,851	0,2387	Valid
7	Saya merasa PLN Mobile sangat mudah memberikan informasi yang saya butuhkan mengenai kelistrikan	0,874	0,2387	Valid
8	Saya merasa tampilan aplikasi PLN Mobile menarik dan terstruktur	0,813	0,2387	Valid

Tabel 4. Hasil Uji Validitas *E-trust*

No	Item	R Hitung	R Tabel	Kesimpulan
1	Saya merasa PLN Mobile transparan memberikan informasi mengenai sistem pembayaran	0,862	0,2387	Valid
2	Saya percaya PLN Mobile dapat memenuhi tanggung jawab kepada pelanggan	0,871	0,2387	Valid
3	Dengan adanya fitur simulasi biaya pada PLN Mobile, saya bisa mencek biaya pemasangan listrik, tagihan listrik, dan lain-lain	0,779	0,2387	Valid
4	Saya merasa PLN Mobile memiliki fitur maps yang mendeteksi lokasi dimana terjadinya gangguan terhadap pelanggan	0,835	0,2387	Valid

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

No	Item	R Hitung	R Tabel	Kesimpulan
1	Saya puas dengan kualitas produk (marketplace) yang diberikan melalui aplikasi PLN Mobile yang saaya gunakan saat ini	0,399	0,2387	Valid
2	Secara keseluruhan, saya puas dengan aplikasi PLN Mobile yang saya gunakan saat ini	0,603	0,2387	Valid
3	Saya akan terus menggunakan aplikasi PLN Mobile yang saya gunakan saat ini	0,549	0,2387	Valid
4	Penggunaan aplikasi layanan PLN Mobile dapat menghemat biaya serta memberikan banyak diskon untuk mengurangi pengeluaran saya	0,611	0,2387	Valid

Uji Normalitas

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas

Unstandardized Residual		
N		68
Normal Parameters	Mean	.0000001
	Std.Deviation	1.33548742
Most Extreme Differences	Absolute	.181
	Positive	.104
	Negative	.181
Test Statistic		.181
Asymp.Sig (2-tailed)		.001

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Uji Multikolinearitas

Tabel 7. Hasil Hal Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant	13.618	1.448		9.408	.001		
<i>E-Service Quality</i>	.023	.069	.069	.331	.742	.356	2.809
<i>e-trust</i>	.075	.164	.094	.455	.651	.356	2.809

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Uji Heterokedastisitas

Tabel 8. Hasil Heterokedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistic	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
Constant	1.044	.875		1.193	.237		
<i>E-Service Quality</i>	.025	.042	.125	.603	.546	.356	2809
<i>e-trust</i>	0.48	.099	.101	.487	.628	.356	2809

a. Dependent Variable : Abs_Res

Uji F

Tabel 9. Hasil uji F

Model	Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	4.292	2	2.146	39.160	.001
Residual	3.562	65	.055		
total	7.855	67			

a. Dependent Variable : Kepuasan Pelanggan

Predictors : (Constan)t, *E-Service Quality*, *e-trust*

Uji T

Tabel 10. Hasil uji T

Model	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig
Contant	14.571	.220		66.157	.001
<i>E-Service Quality</i>	.053	.011	.637	4.646	.001
<i>e-trust</i>	0.198	0.24	1.135	8.272	.001

Koefisien Determnasi

Tabel 11. Hasil Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.739	.546	.533	.23410

a. Dependent Variable : Kepuasan Pelanggan

b. Predictors : (Constant), *E-Service Quality*, *e-trust*

Pembahasan

Pengaruh *E-Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna PLN Mobile

Hasil studi literatur ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif kemudahan pengguna layanan PLN Mobile. Artinya, dengan penggunaan layanan PLN Mobile yang semakin mudah bagi pelanggan akan meningkatkan sikap positif mereka pada layanan ini. Oleh karena itu, sangatlah penting bagi pihak perusahaan khususnya yang berperan dalam pembuatan aplikasi mobile untuk meningkatkan kinerja aplikasinya dalam hal ini agar pelanggan nyaman saat bertransaksi melalui layanan ini. Dengan kata lain, aplikasi PLN Mobile yang tidak user-friendly akan menimbulkan sikap negatif dari pelanggan. Hasil ini sejalan dengan studi terdahulu yang menemukan bahwa semakin tinggi tingkat kemudahan penggunaan, semakin tinggi sikap nasabah akan menggunakan layanan PLN Mobile Hanafizadeh et al.,(2014). Dalam penelitian lain Wang et al.,(2015), juga menyebutkan bahwa kemudahan penggunaan sebagai hasil secara signifikan dari sikap nasabah terhadap layanan PLN Mobile ini.

Kemudahan yang dirasakan oleh pelanggan dalam menggunakan aplikasi PLN Mobile dapat dilihat dari bagaimana aplikasi PLN Mobile tersebut mampu melakukan interaksi dengan penggunanya sehingga dapat dengan jelas dan mudah dipahami dan apakah pelanggan yang baru menggunakan layanan ini atau versi baru (up-date) dari sebelumnya dapat mengoperasikannya tanpa perlu banyak upaya untuk belajar. Pada akhirnya, apakah pelanggan merasa mudah dalam melakukan transaksi yang ingin dilakukannya melalui PLN Mobile sehingga mereka dapat dengan terampil mengoperasikan aplikasi ini tanpa mengalami banyak kesulitan.

Referensi harus berupa bahan yang dipublikasikan dan atau mudah diakses informasinya oleh umum. Format penulisan referensi adalah sebagai berikut ini dan diurut berdasarkan abjad.

Pengaruh *E-trust* pada pelanggan terhadap pelayanan aplikasi PLN Mobile

Hasil studi ini menunjukkan bahwa ada pengaruh positif kepercayaan atau *e-trust* dari pelanggan pada sikap mereka terhadap layanan PLN Mobile. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan yang dirasakan oleh pelanggan akan meningkatkan sikap positif mereka terhadap layanan PLN Mobile. Kepercayaan pelanggan terhadap layanan PLN Mobile ini mencakup rasa percaya akan kehandalan dari layanan PLN Mobile, rasa percaya bahwa aplikasi ini dapat membantu pelanggan dalam melakukan aktivitas kelistrikan, keyakinan bahwa layanan ini memberikan fitur-fitur yang dibutuhkan, dan rasa aman yang dirasakan oleh pelanggan dalam menggunakan layanan ini. Kepercayaan memegang peranan penting bagi penyedia layanan PLN Mobile untuk menjamin keberlangsungan transaksi, menjaga kerahasiaan atas informasi, dan menjaga keamanan privasi akun pelanggan, agar terhindar dari maraknya tindak kriminalitas.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Wang et al.,(2015) yang menemukan bahwa kepercayaan memainkan peran yang saling meyakinkan dalam suatu hubungan sosial seperti halnya hubungan antara pelanggan dan penyedia layanan aplikasi PLN Mobile. Oleh karena itu, pada penyedia layanan diharapkan perlu meningkatkan kepercayaan pelanggan agar dapat mempertahankan penggunaan layanan serta mampu mempengaruhi calon pengguna untuk menggunakan layanan PLN Mobile. Penelitian lain juga mengemukakan bahwa kepercayaan merupakan faktor keberhasilan dari pelanggan untuk menggunakan layanan PLN Mobile menurut Malaquias et al.,(2018).

Kerterkaitan antara Hasil Penelitian dengan Teori Kepuasan (The Expectancy Disconfirmation Model)

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai kepuasan pelanggan terhadap aplikasi PLN Mobile, maka didapat hasil yang berkaitan dengan teori kepuasan. Teori kepuasan menjelaskan proses terbentuknya kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan yang merupakan dampak dari perbandingan antara harapan para pelanggan sebelum menggunakan aplikasi dengan kinerja aplikasi tersebut yang sesungguhnya. Sesuai dengan penjelasan sebelumnya maka H1 atau hipotesis pertama yaitu *E-Service Quality* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada pemakaian aplikasi PLN Mobile diterima dan sesuai dengan konsep teori kepuasan yang artinya pelanggan yang menggunakan aplikasi PLN Mobile puas dengan kualitas layanan yang dihadirkan oleh PLN Mobile pada saat memakai aplikasi, begitu juga dengan H2 atau hipotesis kedua yaitu *e-trust* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada pemakaian aplikasi PLN Mobile diterima dan sesuai dengan konsep teori kepuasan artinya pelanggan menaruh kepercayaan pada saat menggunakan aplikasi PLN Mobile.

Kesimpulan

1. Dari hasil pengujian hipotesis penelitian terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara *E-Service Quality* terhadap penggunaan aplikasi PLN Mobile. Artinya semakin baik kualitas pelayanan pelanggan atau *E-Service Quality* yang diberikan oleh perusahaan maka akan semakin banyak pelanggan yang menggunakan aplikasi PLN Mobile. Hal ini dibuktikan dengan nilai pada hasil Uji T yang menunjukkan bahwa t hitung $4,646 > t$ tabel $1,996$ dan $\text{sig } 0,001 < 0,025$. Sehingga dapat dinyatakan hipotesis H1 yang menyatakan "Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi PLN Mobile" diterimakan berpengaruh positif berdasarkan asumsi hipotesis sebelumnya.
2. Dari hasil pengujian hipotesis penelitian terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara kepercayaan atau *e-trust* terhadap kepuasan pelanggan PLN Mobile. Artinya semakin baik tingkat kepercayaan yang diberikan oleh perusahaan maka akan semakin banyak pelanggan yang percaya menggunakan aplikasi PLN Mobile. Hal ini dibuktikan dengan nilai pada hasil Uji T yang menunjukkan bahwa t hitung $8,274 > t$ tabel $1,996$ dan $\text{sig } 0,001 < 0,025$. Sehingga dapat dinyatakan hipotesis H2 yang menyatakan bahwa "Pengaruh *E-trust* terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Aplikasi PLN Mobile" diterima dan berpengaruh berdasarkan asumsi hipotesis sebelumnya

Keterbatasan Penelitian

1. Dikarenakan data yang tidak reliabel atau hasilnya tidak bisa dipercaya, maka peneliti mengurangi jumlah responden dari 100 responden menjadi 60 responden melalui proses transformasi data.
2. Objek penelitian yang hanya di fokuskan di kota Padang Panjang yang mana memiliki wilayah yang kecil menjadikan peneliti terbatas mengambil responden.
3. Dalam proses pengambilan data, informasi yang diberikan responden melalui kuesioner terkadang tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya, hal ini terjadi karena kadang perbedaan pemikiran, anggapan dan pemahaman yang berbeda tiap responden, juga faktor lain seperti faktor kejujuran dalam pengisian pendapat responden dalam kuesionernya.

Instrument penelitian yang dikembangkan sendiri menjadi satu kekurangan dalam penelitian ini dikarenakan peneliti hanya memfokus satu tempat pengumpulan responden

Referensi

- [1] Afandi, A., Informatika, M., Berganda, R. L., & Sederhana, R. L. (2019). *Analisa Pengaruh Dimensi Kualitas Website*.
- [2] Fiona, D. R. (N.D.). *Pengaruh Promosi Penjualan Dan E-Service Quality Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Gopay Di Jabodetabek)*.
- [3] Firdha, S., Putri, A., & Marlina, N. (2021). Pengaruh *E-Service Quality* Dan *E-trust* Terhadap Kepuasan Konsumen. *Forum Ekonomi*, 23(3), 463–474. [Http://Journal.Feb.Unmul.Ac.Id/Index.Php/Forumekonomi](http://Journal.Feb.Unmul.Ac.Id/Index.Php/Forumekonomi)
- [4] Laetitia, S. I., Alexandrina, E., & Ardianto, S. F. (2021). Pengaruh Kulaitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Tanamera Coffee Pacific Place. *Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(1), 1699–1721. [Https://Journal.Stiemb.Ac.Id/Index.Php/Mea/Issue/View/19](https://Journal.Stiemb.Ac.Id/Index.Php/Mea/Issue/View/19)
- [5] Liani, A. M., & Yusuf, A. (2021). *Yume : Journal Of Management Pengaruh E-trust Terhadap E-Loyalty Dimediasi Oleh E- Satisfaction Pada Pengguna Dompot Digital Gopay*. 4(1), 138–149. [Https://Doi.Org/10.37531/Yume.Vxix.445](https://Doi.Org/10.37531/Yume.Vxix.445)
- [6] Magdalena, A., & Jaolis, F. (2018). Analisis Antara *E-Service Quality*, *E-Satisfaction*, Dan *E-Loyalty* Dalam Konteks *E-Commerce* Bukalapak. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 5(2), 1–11.
- [7] Mohansyah, A., & Parani, R. (2018). Digital Online Dan Trust Dalam Hubungan Antara Tokopedia Dengan Pengguna Layanan. *Lontar: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 58–68. [Https://Doi.Org/10.30656/Lontar.V6i1.649](https://Doi.Org/10.30656/Lontar.V6i1.649)
- [8] Muchlis, Wijayanto, G., & Komita, S. E. (2021). Pengaruh *E-Satisfaction* Dan *E-trust* Terhadap Repurchase Intention Melalui *E-Word Of Mouth (E-Wom)* Sebagai Variabel Intervening *E-Commerce* Buka Lapak Pada Generasi Millennial. *Jurnal Ekonomi Kiat*, 32(1), 18–29. [Https://Doi.Org/10.25299/Kiat.2021.Vol32\(1\).7404](https://Doi.Org/10.25299/Kiat.2021.Vol32(1).7404)
- [9] Nawangasari, S., & Putri, N. D. (2020). Pengaruh *E-Service Quality* Dan *E-trust* Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Bni Mobile Banking Melalui Citra Bank Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Matrik*, 22(1), 55–63. [Https://Doi.Org/10.33557/Jurnalmatrik.V22i1.839](https://Doi.Org/10.33557/Jurnalmatrik.V22i1.839)
- [10] Nurkhomaria, D., Chamidah, S., & Wahyuningsih, D. W. (2022). Pengaruh *E-trust*, *E-Service Quality*, Dan *E-Satisfaction* Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Shopee. *Bussman Journal : Indonesian Journal Of Business And Management*, 2(3), 620–632. [Https://Doi.Org/10.53363/Buss.V2i3.85](https://Doi.Org/10.53363/Buss.V2i3.85)
- [11] Pada, S., Di, S., Kartono, R. A., & Halilah, I. (2018). *Pengaruh E-trust Terhadap E-Loyalty*. 1204–1213.
- [12] Livionna, I. C., & Sienatra, B. (2018). *Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap*. 3.
- [13] Perpustakaan, K. L., & Pengguna, K. (2016). *Of The Faculty Of Communication Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna Di Perpustakaan Fakultas Ilmu Komunikasi*. 6(2), 113–128.

- [14]Prakosa, D., & Pradhanawati, A. (2020). Pengaruh *E-trust* Dan *E-Service Quality* Terhadap E-Loyalty Dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pengguna Tokopedia Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 457–464. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28742>
- [15]Raynare. (2021). Pengaruh Dimensi *E-Service Quality* Terhadap E- Customer Satisfaction Serta Dampaknya Terhadap E- Customer Loyalty. Id The Influence Of *E-Service Quality* Dimensions On E- Customer Satisfaction And The Impact On E-Customer Loyalty. Id. *E-Proceeding Of Management*, 8(6), 7803–7813.
- [16]Rifai, M., & Ponirin, R. P. A. Dan. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Nilai Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Rental Mobil Fany Di Kota Palu. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(1), 173–185.
- [17]Septian, O., Andhika, W., & Wahyuni, E. D. (2019). Analisis Perbandingan Usability Dan User Experience Terhadap *E-trust* Pada Situs Ecommerce C2c Menggunakan Heart Dan Pulse Framework. *Jurnal Repositor*, 1(1), 27. <https://doi.org/10.22219/repositor.v1i1.14>
- [18]Siringoringo, R. (2013). Analisis Nilai Pelanggan Dan Kebijakan Tarif Listrik Prabayar Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt Pln Bright Batam. *Journal Of Chemical Information And Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- [19]Surni, & Sulaiman. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Yang Di Mediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan Di Swalayan Sena Rebung Blangkejeren. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 4(2), 184–198.
- [20]Ulum, F., & Muchtar, R. (2018). Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap E-Customer Satisfaction Website Start-Up Kaosyay. *Jurnal Tekno Kompak*, 12(2), 68. <https://doi.org/10.33365/jtk.v12i2.156>
- [21]<http://www.statistikolahdata.com/2019/12/cara-tranfromasi-data-menjadi-normal.html>
- [22]Wati, D. S. R., & Ardani, I. G. A. . S. (2019). Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Konsumen Warunk Upnormal). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(12), 7177. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i12.p14>