

Pengaruh E-Service Quality, Kepercayaan Pelanggan Dan Kemudahan Aplikasi PLN Mobile Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. PLN (Persero) Singaraja

Mertyani Sari Dewi¹, Kadek Pardila Sari²

Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma¹

Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma²

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh E-Service Quality, Kepercayaan Pelanggan Dan Kemudahan Aplikasi PLN Mobile Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. PLN (Persero) Singaraja. Populasi adalah pengguna aplikasi PLN Mobile sebanyak 1.596 orang dan sampel berdasarkan rumus slovin diperoleh 94 orang pelanggan. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah SPSS Versi 21.0 for windows. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis pertama e-service quality berpengaruh positif signifikan, dimana nilai signifikansinya lebih kecil dari pada nilai taraf. Hipotesis kedua menunjukkan bahwa kepercayaan pelanggan berpengaruh positif signifikan, dimana nilai signifikansinya lebih kecil dari pada nilai taraf. Hipotesis ketiga menunjukkan bahwa aplikasi mobile berpengaruh positif signifikan, dimana nilai signifikansinya lebih kecil dari pada nilai taraf. Berdasarkan hasil perhitungan uji f diketahui nilai F-hitung > F-tabel, (74,510 > 3,09), ini menandakan bahwa variabel e-service quality, kepercayaan pelanggan dan kemudahan aplikasi PLN mobile berpengaruh bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan dengan tingkat signifikan 0,000 < 0,050.

Kata kunci : E-Service Quality, Kepercayaan , Kemudahan Dan Kepuasan.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of E-Service Quality, Customer Trust and Ease of the PLN Mobile Application on Customer Satisfaction at PT. PLN (Persero) Singaraja. The population is 1,596 users of the PLN Mobile application and a sample based on the slovin formula obtained 94 customers. The analysis technique used in this research is SPSS Version 21.0 for windows. The results of the study show that the first hypothesis of e-service quality has a significant positive effect, where the significance value is smaller than the level value. The second hypothesis shows that customer trust has a significant positive effect, where the significance value is smaller than the level value. The third hypothesis shows that the mobile application has a significant positive effect, where the significance value is smaller than the level value. Based on the results of the f test calculation, it is known that the value of F-count > F-table, (74.510 > 3.09), this indicates that the variable e-service quality, customer trust and the ease of the mobile PLN application have a joint effect on customer satisfaction with a significant level of 0.000 < 0.050.

Keywords : E-Service Quality, Trust, Convenience and Satisfaction.

PENDAHULUAN

Perkembangan inovasi saat ini semakin cepat dan kompleks, khususnya inovasi data dan komunikasi. Inovasi telah dikaitkan dengan seseorang sehingga menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia sehari-hari. Salah satu inovasi yang banyak dimanfaatkan

masyarakat adalah Ponsel/Android sebagai alat untuk melakukan aktivitas yang menyediakan berbagai data dan komunikasi. Android merupakan suatu kerangka kerja pemrograman yang memanfaatkan basis kode PC yang dapat disampaikan secara transparan atau open source sehingga pelanggan dapat membuat aplikasi baru di dalamnya. Android memberikan panggung terbuka kepada para desainer untuk membuat aplikasi sendiri untuk pemrograman serbaguna, misalnya ponsel. Perkembangan teknologi yang sangat cepat tentunya menuntut berbagai organisasi untuk mengembangkan bisnisnya atau memanjakan pelanggannya dan dapat memberikan akomodasi atau pengaturan yang tepat dan cepat sesuai dengan kebutuhan/keinginan pelanggan, sehingga pelanggan merasa puas dan tetap percaya dengan produk atau layanan yang diiklankan. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan menentukan berkembang atau tidaknya bisnis.

Kepuasan pelanggan adalah sejauh mana pelanggan merasa bahagia atau tidak setelah membandingkan sifat produk atau layanan yang mereka gunakan dengan apa yang mereka harapkan. Kepuasan pelanggan merupakan sensasi kebahagiaan atau ketidakpuasan individu yang muncul karena melihat penyajian suatu barang (hasil) secara nyata dibandingkan dengan asumsinya (Armstrong et al., 2020). Salah satu organisasi yang harus memberikan dukungan paling tinggi untuk mencapai kepuasan pelanggan adalah PLN. Kepuasan pelanggan yang diterima pelanggan berdampak langsung pada seberapa puas mereka terhadap produk atau layanan yang mereka terima.

Sesuai dengan Hernita et al., (2020) menunjukkan bahwa e-service quality dari seorang karyawan secara langsung mempengaruhi kepuasan pelanggan, artinya dengan asumsi karyawan memberikan bantuan yang baik, maka secara umum akan membuat pelanggan puas. E-service quality adalah jenis kualitas pelayanan yang lebih luas yang memanfaatkan media web (internet) yang menghubungkan penjual dan pembeli untuk memenuhi aktivitas belanja secara efektif dan efisien (Chandra et al., 2022). Kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan sebenarnya harus digarap dengan tujuan akhir mencapai kepuasan pelanggan semaksimal mungkin, dengan memberikan dukungan dan bantuan sebesar-besarnya kepada pelanggan dengan memanfaatkan aplikasi PLN melalui ponsel berbasis Android.

Kualitas pelayanan yang maksimal dari karyawan akan mempengaruhi kepuasan yang didapat oleh pelanggan, dengan layanan ini akan menumbuhkan kepercayaan yang dirasakan oleh pelanggan. Sudirman dkk., (2020) kepercayaan merupakan suatu variabel yang sering dicoba dan pada umumnya akan muncul berdasarkan siklus yang telah dilalui dan dapat menjadi pendahulu terhadap suatu hal, baik suatu hal maupun hal lainnya. Menurut penelitian Kaseim (Kasiem, 2020), kepercayaan pelanggan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Minat pelanggan dalam menggunakan suatu aplikasi sangat dipengaruhi oleh kepercayaan mereka terhadap aplikasi tersebut dan persepsi kemudahan penggunaannya, yang keduanya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Kepercayaan pelanggan adalah reaksi pelanggan terhadap penilaian terhadap kesalahan nyata antara asumsi item dan pameran asli pelanggan. Dengan mengurangi kerentanan dan kesan salah di antara organisasi dan pelanggan, PT. PLN perlu membangun kepercayaan pelanggan melalui aplikasi PLN mobile karena yakin setiap permasalahan yang terjadi dapat dijelaskan secara mendalam.

Menurut penelitian Amunawati, (2021), kemudahan penggunaan aplikasi mobile berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dengan persepsi kemampuan meningkatkan kepuasan semakin meningkat dengan semakin mudahnya penggunaan aplikasi. Kenyamanan merupakan tingkat dimana individu menerima bahwa memanfaatkan inovasi itu sederhana dan tidak membutuhkan banyak tenaga dari pelanggan (Septiani, 2020). Kemudahan aplikasi mobile ini diyakini akan sangat membantu dalam hal pelayanan, sehingga memudahkan masyarakat umum dalam menyampaikan pertanyaan dan keberatan serta mendapatkan semua data terkini dari PT. PLN, dan jangan menyia-nyaiakan kesempatan pelanggan untuk langsung datang ke kantor. Jadi pelanggan cukup mendownload atau mengakses aplikasi serbaguna PLN di HP/ponsel Androidnya.

PT. PLN (Persero) merupakan suatu perusahaan penyedia jasa di bidang ketenagalistrikan yang mempunyai usaha perusahaan tenaga listrik. PLN harus memiliki peningkatan dukungan yang dapat diprediksi untuk memberikan kepuasan konsumen dan aturan kepada PLN untuk mengembangkan teknik yang tepat dan merespons lebih cepat terhadap perubahan perilaku PLN dan pelanggannya. Pentingnya pelayanan PLN bagi daerah, digitalisasi diperlukan PLN dalam melayani konsumen agar lebih mudah dalam mengakses pelayanan tanpa harus datang ke tempat kerja. Dengan mengembangkan aplikasi Android PLN Mobile, PT PLN terus berinovasi menyikapi perkembangan digital.

Aplikasi PLN mobile penting bagi perubahan yang dimiliki PLN untuk lebih mengembangkan pelayanan kepada pelanggan. Aplikasi Pengaduan dan Keluhan Terpadu (APKT) dan Aplikasi Pelayanan Pelanggan Terpusat (AP2T) keduanya terintegrasi langsung ke PLN Mobile. Pelanggan diharapkan dapat mengakses layanan-layanan yang diperlukan seperti informasi tagihan listrik, tambahan daya, wadah pengaduan masyarakat, dan informasi lainnya seputar layanan listrik melalui aplikasi PLN Mobile dengan lebih mudah. Aplikasi PLN Mobile yang dirilis pada 31 Oktober 2016 bertujuan untuk memudahkan pelanggan dalam mengakses layanan. Hal ini akan mengurangi waktu yang dibutuhkan pelanggan untuk menyampaikan keluhan atau mendapatkan informasi mengenai listriknya jika rumahnya jauh dari kantor PLN. Aplikasi PLN Mobile ini merupakan pelengkap pelayanan PLN yang selama ini menggunakan pelayanan pelanggan, misalnya contact focus 123 dan Web PLN.

Informasi atau data laporan keluhan pelanggan melalui Call Center 123 dan aplikasi PLN mobile yang diperoleh penulis dari kantor unit layanan pelanggan Singaraja menunjukkan bahwa pada tahun 2022 terdapat 2.724 pelanggan Call Center 123 pelanggan dan Aplikasi Serba Guna PLN sebanyak 1.596 pelanggan. Dimana jumlah pelanggan Call Center 123 terbanyak terjadi pada bulan September sebanyak 296 pelanggan, dan jumlah pelanggan Call Center 123 terbanyak terjadi pada bulan Oktober sebanyak 168 pelanggan, namun jika dilihat dari pelanggan Aplikasi Serba Guna PLN peningkatan tertinggi terjadi pada musim Semi sebanyak 174 pelanggan sedangkan pada bulan September jumlah pelanggan Call Place 123 terbanyak terjadi pada bulan Oktober sebanyak 168 pelanggan. dilihat dari Pelanggan Aplikasi PLN Mobile yang paling berkurang adalah pada bulan Juli sebesar 108. Terlihat bahwa utilisasi aplikasi PLN Mobile di kalangan masyarakat Kota Singaraja masih sangat rendah dan masyarakat lebih dominan memanfaatkan tempat panggilan 123 sebagai keputusan pokok untuk mendapatkan pelayanan. Hal ini dikarenakan banyaknya keberatan terhadap aplikasi, misalnya aplikasi tidak dapat menumpuk data dengan cepat (stacking) dan aplikasi lambat dalam menjawab pelanggan, sehingga pelanggan suka memanfaatkan tempat panggilan 123 sebagai pilihan agar lebih cepat. pelayanan. Padahal hal tersebut dimaksudkan untuk memperbaiki siklus pelayanan dari PT. PLN kepada pelanggan, namun PT PLN harus membandingkan jumlah pengaduan pada aplikasi dengan jumlah pengaduan layanan PLN Mobile sebelum dapat melakukan perubahan untuk mengurangi keluhan pelanggan. Jika protes pelanggan tidak ditangani, hal itu akan mempengaruhi kepercayaan dan kepuasan pelanggan. Kekecewaan pelanggan dalam memanfaatkan pelayanan PLN Mobile membuat pelanggan tidak lagi menggunakan pelayanan tersebut, dan sangat suka menggunakan pelayanan secara manual.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas maka, dapat dirumuskan rumusan masalah yang diambil dalam penelitian sebagai berikut :

1. Apakah e-service quality berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. PLN (Persero) Singaraja?
2. Apakah kepercayaan pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. PLN (Persero) Singaraja?
3. Apakah kemudahan aplikasi PLN mobile berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. PLN (Persero) Singaraja?

Tujuan Penelitian

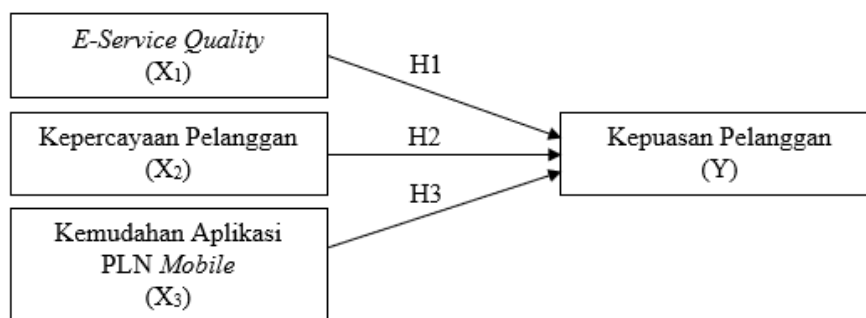
Berdasarkan rumusan masalah tersebut diatas maka, dapat dirumuskan tujuan penelitian yang diambil dalam penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh e-service quality terhadap kepuasan pelanggan PT. PLN (Persero) Singaraja.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan PT. PLN (Persero) Singaraja.
3. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan aplikasi PLN mobile terhadap kepuasan pelanggan PT. PLN (Persero) Singaraja.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian menggunakan jenis metode kuantitatif yang menggambarkan penerapan *e-service quality*, kepercayaan pelanggan dan kemudahan aplikasi PLN *Mobile* terhadap kepuasan

pelanggan PT. PLN (Persero) Singaraja. Penelitian ini berfokus pada keterkaitan penerapan kualitas pelayanan yang baik dalam melayani setiap pelanggan yang menggunakan jasa dari PT PLN yang dalam hal ini adalah PT PLN yang berada di area Bali Utara yaitu PLN Singaraja. Dalam proses Memberikan *e service quality* yang baik kepada para pelanggan yang ingin menggunakan jasa PLN atau yang sudah menggunakan jasa PLN, pihak pimpinan memerlukan beberapa hal terlebih dahulu untuk menciptakan kepuasan para pelanggan dalam menggunakan pelayanan-layanan yang disediakan, seperti halnya menjaga kepercayaan yang dimiliki oleh setiap pelanggan agar senantiasa selalu menggunakan jasa PT PLN dalam hal instalasi listrik mereka, untuk menjaga keamanan dirumah dan lingkungan sekitarnya, disamping itu adanya fitur-fitur baru atau aplikasi yang memudahkan para pelanggan untuk mengakses pelayanan secara langsung tanpa datang ke kantor terlebih dahulu yaitu dengan menggunakan aplikasi PLN Mobile, dengan aplikasi ini pelanggan dapat mengadukan atau melaporkan setiap kendala yang dimiliki sesuai dengan tingkat keluhan yang dimilikinya, dengan demikian pelanggan akan merasa terbantu dengan adanya aplikasi yang disediakan oleh PT PLN dan membantu pelanggan secara langsung dalam aplikasi tersebut. menentukan strategi pengembangan yang paling cocok untuk usaha, diperlukannya Berikut adalah gambar kerangka pemikirannya :



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Lokasi penelitian yaitu PT. PLN (Persero) Singaraja yang beralamat di Ngurah Rai Nomor 68 Singaraja Bali. Adapun alasan penelitian di PT. PLN (Persero) Singaraja adalah *e-service quality* yang baik maka akan berdampak langsung terhadap kepuasan pelanggan, tingkat pelayanan yang diberikan para pegawai belum terlaksana dengan baik yang dilihat dari penggunaan aplikasi PLN Mobile di kalangan masyarakat masih sangat rendah dan lebih dominan masyarakat yang menggunakan call center 123 sebagai pilihan utama untuk mendapatkan pelayanan. Kepercayaan yang dimiliki pelanggan PLN belum terlalu tinggi, yang dilihat dari tingkat penggunaan aplikasi mobile PLN yang masih memiliki sedikit pengguna, ini menandakan kepercayaan yang dimiliki pelanggan terhadap aplikasi PLN memberikan dampak terhadap kepuasan yang diterima. Kemudahan penggunaan aplikasi PLN Mobile bagi masyarakat umum sudah cukup dimengerti, karena masih kurangnya minat pelanggan untuk menggunakan aplikasi tersebut dan dapat dilihat dari masih adanya pelanggan yang belum melakukan registrasi atau mendownload aplikasi PLN Mobile, dengan meningkatkan rasa puas pelanggan dalam menikmati dan menerima pelayanan atau jasa yang diberikan oleh PT PLN Singaraja. Populasi adalah 1.596 orang pelanggan yang diambil dari awal tahun 2022 yaitu dari bulan Januari awal sampai dengan bulan Desember dan sampel dengan memilih rumus slovin, yang memperoleh sampel adalah sebanyak 94 orang. Teknik pengumpulan yang dipergunakan yaitu kuesioner memakai skala likert atau 1-5, dimana kuesioner diberikan kepada para pelanggan yang datang langsung ke PT. PLN (Persero) Singaraja, karena pelanggan cenderung datang ke perusahaan untuk lebih mendapatkan penjelasan lebih detail dari para pegawai terkait masalah tersebut dan disamping itu pelanggan juga sudah melaporkannya terlebih dahulu melalui Call Center 123 Dan Aplikasi PLN Mobile. Setelah itu menggunakan Teknik analisis seperti halnya menggunakan uji asumsi klasik dalam upaya mengetahui apakah variabel penelitian sudah normal yang dilihat berdasarkan beberapa hal mencakup sebagai berikut : uji normalitas data, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi linier berganda dalam mengetahui bagaimana pengaruh antara semua variabel penelitian. selanjutnya melakukan uji kelayakan model (*goodness of fit*) yang dilihat dari nilai koefisien determinasi dan juga uji simultan (uji f-test), dan tahap terakhir dari analisis ini adalah uji hipotesis (uji t) dengan dilihatnya dari nilai t hitung dan sig.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil penelitian dalam hal ini mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan oleh para pelanggan ketika mereka menggunakan jasa PT PLN dan menentukan langkah seperti apa yang harus diambil untuk meningkatkan rasa puas dari para pelanggan dalam menggunakan jasa atau produk PT PLN, dalam kasus ini yaitu PT PLN Singaraja dengan menggunakan beberapa variabel yang paling tepat untuk digunakan untuk meningkatkan kepuasan dari para pelanggan dalam menggunakan produk atau jasa, analisis terkait dengan data yang sudah dikumpulkan melalui kuesioner kepada pihak-pihak terkait sesuai dengan sampel yang digunakan dalam penelitian yaitu para pelanggan yang sudah menggunakan jasa dari PT PLN Singaraja yaitu 94 orang, dimana pelanggan yang menjadi prioritas disini adalah pelanggan yang ditemui secara langsung dalam proses penelitian.

Berdasarkan hasil uji validitas yang telah dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 94 orang pelanggan yang ditemui pada saat penelitian menunjukkan bahwa seluruh indikator dari variabel penelitian sudah memenuhi standar atau syarat dinyatakan valid yaitu 0,200, dimana nilai dari indikator variabel yang dinyatakan baik atau valid dilihat dari *corrected item-total correlation* hasil statistic. Berdasarkan hasil uji reliabilitas diketahui ke empat variabel penelitian yang dipergunakan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan yang paling tetap untuk menciptakan hal tersebut yaitu e service quality, kepercayaan dan kemudahan aplikasi untuk menjaga agar kepuasan dari para pelanggan PT PLN tetap terjaga dengan baik, dilihat dari nilai Cronbach's Alpha, dimana e-service quality memiliki nilai 0,726, kepercayaan pelanggan dengan nilai 0,804, kemudahan aplikasi PLN Mobile dengan nilai 0,666 dan kepuasan pelanggan sebesar 0,714. Seluruh variabel diatas sudah memenuhi syarat reliabel yaitu 0,60.

Tujuan dari uji asumsi klasik adalah untuk melihat apakah model regresi yang digunakan dalam analisis regresi linier berganda memenuhi syarat dalam menggunakan uji asumsi klasik. Uji normalitas data digunakan untuk menentukan apakah setiap variabel sesuai atau tidak untuk dilakukan uji ke tahap selanjutnya, yang dilihat melalui hasil normalitas Kolmogorov-Smirnov untuk mengetahui normal atau tidaknya data dalam suatu penelitian. Terlihat dari hasil normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test diketahui nilai *Asymp Sig. 2-Followed* dengan nilai 0,971 > 5% (0.05) sehingga dapat ditarik kesimpulan data-data kuesioner dalam penelitian menunjukkan nilai normal.

Uji Multikolinearitas model regresi digunakan untuk menguji dan mencari korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk melihat apakah terdapat permasalahan multikolinearitas dilihat dari tolerance $\leq 0,10$ atau VIF ≥ 10 . Hasil penelitian diketahui bahwa seluruh variabel yang diteliti berdasarkan uji-uji yang dilakukan dalam hal ini uji asumsi klasik terbebas dari multikolinearitas.

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji disparitas residual yang dimulai dari satu persepsi ke persepsi berikutnya pada model regresi (Sugiyono, 2019). Dengan dilihatnya garis dan penyebaran titik yang ada di grafik Scatterplot, dilakukan pengujian heteroskedastisitas dalam model regresi. Dalam penelitian diketahui diagram Scatterplot, seluruh data sudah menyebar dengan baik dan sudah sesuai dengan pola yang ditentukan sehingga dapat dinyatakan masalah heteroskedastisitas tidak terjadi pada penelitian.

Tabel 1. Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0,292	0,282		1,032	0,305
1 <i>E-Service Quality</i>	0,139	0,067	0,150	2,082	0,040
Kepercayaan Pelanggan	0,505	0,062	0,572	8,086	0,000
Kemudahan Aplikasi PLN <i>Mobile</i>	0,279	0,086	0,255	3,235	0,002

Sumber : Data Diolah Tahun 2023

Analisis regresi linier berganda digunakan dalam penelitian ini, diketahui bahwa seluruh variabel penelitian memiliki pengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan, dimana dilihat dari nilai Unstandardized Coefficients B, dengan nilai (Constant) sebesar 0,292, variabel bebas *E-Service Quality* (X1) sebesar 0,139, variabel bebas Kepercayaan Pelanggan (X2) sebesar 0,505, variabel bebas Kemudahan Aplikasi PLN *Mobile* (X3) sebesar 0,279.

Uji koefisien determinasi dapat diperlihatkan dari persentase keterkaitan antar pengaruh variabel yang diteliti dan dapat disajikan di tabel 1 berikut ini :

Tabel 2. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics		
					R Square Change	F Change	df1
1	0,844a	0,713	0,703	0,30057	0,713	74,510	3

Sumber : Data Diolah Tahun 2023

Berdasarkan tabel 2. dapat dijelaskan nilai dari r square 0,713, dari variabel yang diteliti sebagai berikut yaitu : e-service quality, kepercayaan pelanggan, kemudahan aplikasi PLN mobile pada kepuasan pelanggan dengan nilai 71,3%, sedangkan lagi 28,7% dipengaruhi oleh variabel lain.

Tabel 3. Hasil Uji F

	Model	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3	6.731	74.510	.000a
	Residual	90	.090		
	Total	93			

Sumber : Data Diolah Tahun 2023

Dari tabel 3 diatas diketahui hasil statistic diperoleh nilai f hitung 74,510 dengan nilai sig. 0,000 < 0,050, berdasarkan hal tersebut dapat dinyatakan bahwa variabel bebas yang dipergunakan untuk mempengaruhi kepuasan pelanggan secara bersama-sama memberikan pengaruh yang baik dan konsisten dengan nilai sig. < 0,050.

Tabel 4. Hasil Uji T

	Model	T	Sig.
1	(Constant)	1,032	0,305
	<i>E-Service Quality</i>	2,082	0,040
	Kepercayaan Pelanggan	8,086	0,000
	Kemudahan Aplikasi PLN <i>Mobile</i>	3,235	0,002

Sumber : Data Diolah Tahun 2023

Berdasarkan tabel 4 diatas diketahui bahwa nilai dari *e-service quality* dari hasil uji t memperoleh nilai t hitung 2,082, dan pengaruhnya pada kepuasan pelanggan dengan sig 0,040 < 0,050. Kepercayaan pelanggan dengan uji t mendapatkan nilai t hitung 8,086 dan pengaruhnya terhadap variabel kepuasan pelanggan dengan nilai sig 0,000 < 0,050. Kemudahan aplikasi PLN *mobile* dari hasil uji t memperoleh nilai t hitung 3,235, dan pengaruhnya pada kepuasan pelanggan dengan sig 0,002 < 0,050. Dimana variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah variabel *e-service quality* dengan tingkat signifikan paling tinggi yang dilihat dari nilai sig. pada tabel diatas yaitu 0,040 < 0,050, dibandingkan variabel kepercayaan pelanggan dan kemudahan aplikasi PLN mobile yaitu 0,000 dan 0,002. Ini menandakan *e-service quality* yang dilakukan oleh karyawan dari perusahaan sudah baik dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa PT PLN, dikarenakan proses pelayanan yang baik dalam melayani setiap pelanggan baik secara langsung ataupun tidak

langsung akan mampu meningkatkan kepuasan yang dirasakan oleh para pelanggan yang menggunakan jasa PT PLN, dengan hal tersebut secara tidak langsung akan memberikan pengaruh pada PT PLN Singaraja.

Pembahasan

Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian diketahui e-service quality memiliki pengaruh kearah yang positif dan secara signifikan memberikan dampak pada kepuasan pelanggan pada PLN Area Bali Utara khususnya pada PT. PLN (Persero) Singaraja. Hal tersebut dibuktikan e-service quality yang baik dari para karyawan kepada para pelanggan akan membantu perusahaan dalam mencapai tujuan usahanya yaitu meningkatkan kepuasan yang dirasakan para pelanggannya dalam menerima pelayanan yang diberikan, dengan baiknya e-service quality para karyawan yang bekerja di PT. PLN (Persero) Singaraja, maka dapat membantunya dalam meningkatkan kepuasan yang dimiliki dari masing-masing pelanggan yang sudah pernah merasakan pelayanan dari karyawan, dilihat dari respon pelanggan tersebut terhadap pelayanan yang diberikan, ini dibuktikan dengan hasil penelitian tersebut yang diketahui bahwa *e-service* yang telah diberikan para pegawai dalam menciptakan kepuasan kepada para pelanggan, dengan proses pelayanan yang baik dan sepenuh hati dari para pegawai dan sesuai dengan standar operasional kerja yang telah dibuat perusahaan dalam melayani para pelanggannya baik yang datang langsung ke kantor ataupun menggunakan aplikasi yang sudah disediakan perusahaan.

Hal tersebut sesuai pendapat Rahmatika dan Madiawati, (2020) *e-service quality* adalah kapasitas dukungan pelaksanaan praktis saat berbelanja, membeli dan menyampaikan kepada pelanggan melalui media elektronik. Menurut Hernita et al., (2020) E-Service Quality adalah model kualitas layanan online yang sangat integratif dan komprehensif, sehingga sangat berguna untuk memenuhi persyaratan layanan elektronik. E-Service Quality adalah jenis kualitas pelayanan yang lebih luas dengan media web yang menghubungkan penjual dan pembeli untuk memuaskan latihan belanja dengan sukses dan produktif (Chandra et al., 2022). Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahmatika & Madiawati, (2020) menunjukkan bahwa e-service quality berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Batubara et al., (2022) menunjukkan bahwa e-service quality berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hernita et al., (2020) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa e-service quality dari seorang pegawai secara langsung mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian diketahui kepercayaan yang dimiliki pelanggan berpengaruh kearah yang positif dan secara signifikan memberikan dampak pada kepuasan pelanggan pada PLN Area Bali Utara khususnya pada PT. PLN (Persero) Singaraja. Hal tersebut dibuktikan kepercayaan yang dimiliki para pelanggan kepada pelayanan dari para karyawan akan membantu perusahaan dalam mencapai tujuan usahanya yaitu meningkatkan kepuasan yang dirasakan para pelanggan yang didapatkan dari kepercayaan pelanggan dalam menerima pelayanan yang diberikan, dengan baiknya kepercayaan para pelanggan yang menerima pelayanan dari PT. PLN (Persero) Singaraja, maka dapat membantu pelanggan meningkatkan kepercayaan dan secara tidak langsung meningkatkan kepuasan yang dimiliki dari masing-masing pelanggan yang sudah pernah merasakan pelayanan dari karyawan, dilihat dari respon pelanggan tersebut terhadap pelayanan yang diberikan, hal ini dikarenakan kepercayaan dari para pelanggan merupakan hal yang sangat penting dan sangat diperhatikan oleh perusahaan, dengan tumbuhnya kepercayaan dari para pelanggan dalam menggunakan jasa dari PT PLN, tentunya secara tidak langsung akan meningkatkan kepuasan yang dirasakan pelanggan dalam menggunakan jasa tersebut dimana yang artinya bahwa kepercayaan merupakan faktor penting dalam mendorong kepuasan pelanggan terhadap teknologi informasi, kepercayaan yang tinggi dari pelanggan akan mempengaruhi kualitas layanan yang berdampak pada kepuasan pelanggan.

Hal tersebut sesuai pendapat Gultom et al., (2020) kepercayaan adalah kumpulan keyakinan yang dipegang oleh pelanggan sehubungan dengan kualitas spesifik pemilik dan cara berperilaku pemilik usaha di masa depan. Kepercayaan pelanggan adalah pemikiran, perasaan, perasaan atau perilaku yang ditunjukkan ketika pelanggan merasa bahwa pemasok dapat diandalkan untuk bertindak demi keuntungan terbesarnya ketika mereka melepaskan kendali langsung (Mahendra, 2019). Sudirman dkk., (2020) kepercayaan merupakan suatu variabel yang sering dicoba dan pada umumnya akan muncul berdasarkan siklus yang telah dilalui dan dapat menjadi pendahuluan terhadap suatu hal, baik suatu hal maupun hal lainnya. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tirtayasa et al., (2021) kepercayaan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan. Kasinem, (2020)

sedangkan dalam penelitiannya menunjukkan bahwa kepercayaan pelanggan menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Mahendra, (2019) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa kepercayaan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun pendapat berbeda dikemukakan oleh Sudirman et al., (2020) kepercayaan pelanggan memberikan dampak signifikan namun memiliki pengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kemudahan Aplikasi PLN Mobile Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian diketahui kemudahan dalam penggunaan aplikasi yang dipergunakan para pelanggan berpengaruh kearah yang positif dan secara signifikan memberikan dampak pada kepuasan pelanggan pada PLN Area Bali Utara khususnya pada PT. PLN (Persero) Singaraja. Hal tersebut dibuktikan kemudahan dalam mengakses layanan aplikasi mobile oleh pelanggan dari karyawan kepada pelanggan akan membantu perusahaan dalam mencapai tujuan yaitu meningkatkan kepuasan yang dirasakan para pelanggan yang didapatkan dari kemudahan pelanggan dalam menggunakan aplikasi mobile dan pelanggan menerima pelayanan yang diberikan melalui aplikasi tersebut, dengan baiknya system aplikasi mobile yang dimiliki PT. PLN (Persero) Singaraja akan dapat membantu pelanggan meningkatkan pengetahuan tentang aplikasi PLN mobile dan secara tidak langsung meningkatkan kepuasan yang dimiliki dari masing-masing pelanggan yang sudah pernah merasakan pelayanan dari karyawan, dilihat dari respon pelanggan tersebut terhadap pelayanan yang diberikan, hal ini dikarenakan kemudahan dalam setiap penggunaan aplikasi yang diberikan kepada para pelanggan sangat menentukan apakah aplikasi tersebut dapat diterima masyarakat dalam hal pemberian pelayanan ataupun melakukan pengaduan terkait permasalahan-permasalahan yang dihadapi para pelanggan, dengan mudahnya menggunakan aplikasi yang disediakan oleh PT PLN tentu sangat membantu dalam meningkatkan kepuasan yang dirasakan ataupun diterima oleh para pelanggan dimana yang artinya bahwa pelanggan telah merasakan kemudahan dalam menggunakan aplikasi PLN Mobile dalam kegiatan yang berkaitan dengan PLN. Dalam menggunakan aplikasi mobile di kalangan pelanggan dalam menerima pelayanan PLN sangat berdampak secara langsung terhadap kepuasan pelanggan, yaitu semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan menggunakan teknologi, semakin tinggi pula tingkat pemanfaatan teknologi informasi.

Hal tersebut sesuai pendapat Septiani (2020), kemudahan adalah sejauh mana seseorang yakin bahwa penggunaan teknologi itu sederhana dan tidak memerlukan banyak usaha dari pihak mereka. Akomodasi merupakan derajat wawasan pelanggan sehingga kerangka tersebut dapat dimanfaatkan secara efektif dan dapat dipelajari sendiri (Muslimah, 2020). Kemudahan merupakan hasil kerja yang diharapkan seseorang dalam memanfaatkan inovasi dan erat kaitannya dengan keyakinan individu tersebut terhadap kemampuan inovasi yang dimanfaatkan (Amunawati, 2021). Kemudahan adalah salah satu keyakinan utama yang memengaruhi harapan pelanggan terhadap Model Pengakuan Inovasi pertama dan yang dimodifikasi (Chusnah dan Indriana, 2020). Hal tersebut sejalan dengan penelitian Septiani, (2020) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi PLN mobile memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. sejalan dengan penelitian Muslimah, (2020) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa kemudahan aplikasi mobile menunjukkan adanya pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Amunawati, (2021) menunjukkan bahwa kemudahan aplikasi mobile memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, yang menyatakan semakin tinggi kemudahan yang diperoleh dalam penggunaan yang dirasakan mampu meningkatkan kepuasan.

SIMPULAN DAN SARAN

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut yaitu :

1. E-service quality berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. PLN (Persero) Singaraja.
2. Kepercayaan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. PLN (Persero) Singaraja.
3. Kemudahan Aplikasi PLN Mobile berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. PLN (Persero) Singaraja.

SARAN

1. E-service quality, kepercayaan pelanggan, kemudahan aplikasi mobile memberikan pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, PT.PLN perlu terus meningkatkan teknologi yang diterapkan dalam aplikasi PLN Mobile agar penggunaannya menjadi lebih cepat dan efisien, serta melakukan peningkatan pada kemampuan dan kualitas aplikasi PLN Mobile menjadi lebih baik dan lebih lancar dalam memberikan pelayanan yang konsisten dan cepat kepada pelanggan dengan melakukan peningkatan ini, diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di PT.PLN (Persero) Singaraja.
2. Pihak PT. PLN (Persero) Singaraja harus lebih memperhatikan kepercayaan pelanggan tentang mudahnya penggunaan dari aplikasi PLN mobile, oleh sebab itu pimpinan PT. PLN (Persero) Singaraja bisa lebih meningkatkan lagi kepercayaan yang dimiliki para pelanggannya dengan memastikan bahwa aplikasi PLN Mobile dapat diakses dan dimanfaatkan oleh berbagai kalangan masyarakat, agar dapat memperoleh layanan PLN yang lebih cepat, efisien, dan memuaskan melalui penggunaan aplikasi PLN Mobile.
3. Penelitian ini dapat menganalisis Pengaruh E-Service Quality, Kepercayaan Pelanggan Dan Kemudahan Aplikasi PLN Mobile Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. PLN (Persero) Singaraja. Oleh karena itu, direkomendasi bagi peneliti berikutnya untuk menganalisis variabel lainnya karena 28,7% dipengaruhi oleh variabel lain seperti persepsi pelanggan, minat pelanggan dalam menggunakan aplikasi.

DAFTAR RUJUKAN

- Amunawati, D. M. P. (2021). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Yang Dirasakan Dan Manfaat Yangdirasakan Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi Pada E-Commerce Sociolla (Studi Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2).
- Armstrong, G., Adam, S., Denize, S., Volkov, M., Kotler, P., & Robbins, S. (2020). *Marketing and Management*. P. Ed Custom Books.
- Batubara, F., Manurung, J. S., & Tambunan, S. R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Elektronik, Promosi Aplikasi Pln-Mobile Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. PLN (PERSERO) ULP Sibuhuan. *Prosiding Konferensi Nasional Social & Engineering Polmed (KONSEP)*, 3(1), 71-82.
- Chandra, S., Rizan, M., & Aditya, S. (2022). Pengaruh E-Service Quality dan Customer Experience Terhadap Repurchase Intention dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 3(3), 625-635.
- Chusnah, C., & Indriana, K. T. (2020). Pengaruh Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Konsumen Fintech. *Kinerja*, 3(01), 111-122.
- Fahira, A., Rahma, T. I. F., & Syahriza, R. (2022). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction Nasabah Bank Sumut Syariah. *Dinamika Ekonomi-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 15(1), 247-264.
- Fudaili, M., & Azis, M. (2022). Tingkat Kepercayaan Muzakki dalam Berzakat di Lazisnu Kecamatan Sambit. *Journal of Islamic Philanthropy and Disaster (JOIPAD)*, 2(1).
- Gultom, D. K., Arif, M., & Fahmi, M. (2020). Determinasi kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepercayaan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 171-180.
- Hernita, S. J., Sidik, W., & Sanjaya, V. F. (2020). Pengaruh E-Service dan Kualitas Sistem terhadap Kepuasan Pengguna Sistem E-Learning dengan Moderasi Perceived Value. *Target: Jurnal Manajemen Bisnis*, 2(2), 257-264.
- Kasinem, K. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(4), 329-339.
- Kotler, P., Keller, K., Manceau, D., & Hemonnet-Goujot, A. (2019). *Marketing Management (16e édition)*.
- Mahendra, K. P. (2019). Pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan CV Mitra Perkasa Utomo. *Agora*, 7(1).
- Muslimah, I. N. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan Variabel Intervening Kepuasan Wajib Pajak. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(1), 86-96.
- Rahman, S. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan inovasi terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN

- (Persero) Area Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1).
- Rahmatika, S., & Madiawati, P. N. (2020). Pengaruh E-service Quality Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pln Mobile. *EProceedings of Management*, 7(1).
- Ritonga, B. (2020). Pengaruh Komunikasi Interpersonal, Gaya Kepemimpinan, Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Guru Di MAN 2 Model. *EduTech: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 6(2), 246-256.
- Septiani, I. T. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Produk Fashion Shopie Paris Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, 12(2), 285-299.
- Siringoringo, R., & Kurniawan, P. H. (2018). Analisis nilai pelanggan, kualitas layanan dan kebijakan tarif listrik Prabayar terhadap kepercayaan pelanggan dan dampaknya pada citra pln bright batam. *Jurnal Akuntansi Barelang*, 3(1), 96-108.
- Sudirman, A., Halim, F., & Pinem, R. J. (2020). Kepercayaan Sebagai Pemediasi Dampak Citra Merek dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Gojek. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(3), 66-76.
- Sugiyono, D. (2019). *Statistika untuk Penelitian (Cetakan ke-30)*. Bandung: Cv Alfabeta.
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan pembelian: sebagai variabel mediasi hubungan kualitas produk dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 67-86.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian (Cetakan 1)*. Yogyakarta: Penerbit Andi.