

PERANAN KUALITAS LAYANAN PADA APLIKASI PLN *MOBILE* DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN di PT. PLN (persero) UP3 PALEMBANG ULP RIVAI

Robetama Simanjuntak

Universitas Bina Darma,
Palembang Indonesia

robetamasimanjuntak03@gmail.com

Sulaiman Helmi

Universitas Bina Darma,
Palembang Indonesia

sulaimanhelmi@binadarma.ac.id

Trisninawati

Universitas Bina Darma,
Palembang Indonesia

trisninawati@binadarma.ac.id

Muji Gunarto

Universitas Bina Darma,
Palembang Indonesia

mgunarto@binadarma.ac.id

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh kualitas layanan melalui aplikasi PLN Mobile terhadap kepuasan pelanggan di PT. PLN (Persero) UP3 Palembang ULP Rivai. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan mengumpulkan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada pelanggan PLN. Analisis data dilakukan menggunakan metode statistik untuk menentukan hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan yang diberikan melalui aplikasi PLN Mobile memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini menunjukkan pentingnya peningkatan kualitas layanan melalui teknologi digital untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat reputasi perusahaan.

This study aims to measure the impact of service quality through the PLN Mobile application on customer satisfaction at PT. PLN (Persero) UP3 Palembang ULP Rivai. The research method used is a quantitative approach by collecting data through questionnaires distributed to PLN customers. Data analysis was conducted using statistical methods to determine the relationship between service quality and customer satisfaction. The results of the study indicate that the service quality provided through the PLN Mobile application has a significant positive effect on customer satisfaction. These findings highlight the importance of enhancing service quality through digital technology to improve customer satisfaction and strengthen the company's reputation.

Keywords : Kualitas Layanan, Aplikasi PLN Mobile, Kepuasan Pelanggan, PT. PLN (Persero) UP3 Palembang ULP Rivai, Teknologi Digital, Analisis Kuantitatif, Reputasi Perusahaan.

PENDAHULUAN

Dalam perkembangan teknologi saat ini telah seharusnya setiap pelaku bisnis, perusahaan dan lain sebagainya itu sudah menggunakan teknologi digital dalam mengembangkan kualitas perusahaannya dan peningkatan penjualannya. Penggunaan teknologi pada saat ini membawa dampak yang baik juga dalam hal kolaborasi dan akses informasi sehingga disemuanya ini dapat lebih efektif dan efisien dalam manajemen pengelolaan bisnis dan kegiatan perusahaan.

Indonesia sedang mengalami gebrakan Industri 4.0 yang menjadi pusat perbincangan saat ini. Era ini mencatat perubahan zaman yang didorong oleh kemajuan teknologi, yang tidak hanya mengubah pola hidup, tetapi juga cara kita bekerja dan berinteraksi satu sama lain secara fundamental. (Daon, 2024). Layanan pelanggan, atau yang kerap disebut *customer service*, mencakup segala bentuk aktivitas dan interaksi yang dilakukan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan mereka. Peran *customer service* tak hanya terbatas pada menangani pertanyaan, mengatasi masalah, atau mengelola keluhan. Tetapi juga meliputi pengelolaan pesanan, pelacakan pengiriman, serta memberikan informasi produk atau layanan yang dibutuhkan oleh pelanggan. Dengan memberikan layanan yang superior, perusahaan dapat membangun hubungan jangka panjang yang erat dengan pelanggan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas, mengangkat citra merek, dan bahkan

memicu rekomendasi dari pelanggan kepada orang lain. (Pilo, 2023)

Penelitian-penelitian sebelumnya menyoroti pentingnya kualitas Layanan dalam membentuk kepuasan pelanggan. Faktor-faktor ini berperan krusial dalam pengambilan keputusan pelanggan untuk menggunakan aplikasi PLN *Mobile*. Oleh karena itu, penelitian ini akan meneliti pengaruh kualitas Layanan pada aplikasi PLN *Mobile* terhadap kepuasan pelanggan PT. PLN (Persero) UP3 Palembang ULP RIVAI. Inti permasalahan dalam karya akhir saya adalah bagaimana kualitas Layanan melalui aplikasi PLN *Mobile* mempengaruhi kepuasan pelanggan di PT. PLN (Persero) UP3 Palembang ULP Rivai. Beberapa masalah utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan meliputi (berbasis data lapangan) :

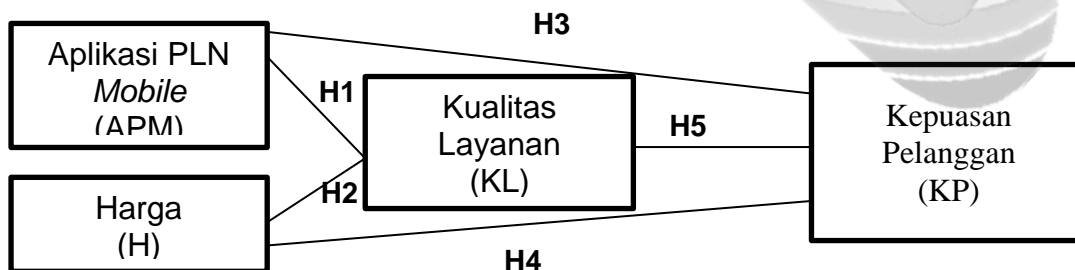
No	Keluhan Pelanggan	Skala Rata-Rata Perminggu	Tingkat Kepuasan Pelanggan (%)
1.	Pemadaman Listrik	10-20 kali	70%
2.	Pencatatan Meter Tidak Sesuai	5-10 kali	90%
3.	Permohonan Pemasangan	5-10 kali	90%
4.	Kebutuhan Informasi	5-10 kali	90%

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur sejauh mana kualitas Layanan yang diberikan melalui aplikasi PLN *Mobile* dapat mengatasi masalah-masalah tersebut dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Melalui aplikasi ini, PLN berusaha memberikan solusi terpadu untuk pengaduan, cek tagihan, pembelian token, dan berbagai layanan lainnya, dengan harapan dapat memperbaiki citra perusahaan dan mendorong inovasi serta peningkatan layanan secara keseluruhan.

METODE

Kerangka Pemikiran

Berdasarkan teori dasar yang ada, kerangka pemikiran penelitian dapat disusun sebagaimana ditampilkan dalam gambar berikut ini:



Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Desain penelitian ini dipilih untuk memperoleh data empiris yang dapat dianalisis secara statistik guna memahami hubungan antara kualitas layanan aplikasi PLN *Mobile*, tarif, dan kepuasan pelanggan. (Setiawan et al., 2021) Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan PT. PLN (Persero) UP3 Palembang ULP Rivai yang menggunakan aplikasi PLN *Mobile*. Sampel diambil dengan teknik purposive sampling (Bisht, 2024), yaitu memilih responden yang memenuhi kriteria tertentu, seperti aktif menggunakan aplikasi PLN *Mobile* dalam enam bulan terakhir. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden.

Pengukuran variabel dalam penelitian ini dilakukan menggunakan skala Likert 5 poin, di mana 1 menunjukkan "sangat tidak setuju" dan 5 menunjukkan "sangat setuju". Variabel yang diukur meliputi kualitas layanan aplikasi PLN *Mobile*, tarif, dan kepuasan pelanggan. (Ghozali, 2016) Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarluaskan secara online kepada para responden. Kuesioner dirancang untuk mengukur persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan aplikasi PLN *Mobile*, tarif, dan tingkat kepuasan mereka. Pengumpulan data dilakukan dalam jangka waktu satu bulan.

Model penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah model kausalitas yang menggambarkan hubungan antara variabel independen (kualitas layanan dan tarif) dan

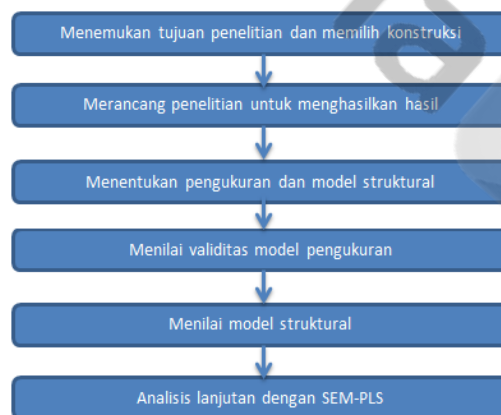
variabel dependen (kepuasan pelanggan). Hubungan antar variabel diuji menggunakan analisis jalur (path analysis) untuk menentukan pengaruh langsung dan tidak langsung. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan teknik analisis statistik dengan bantuan software SPSS dan SmartPLS(Hair, 2019). Langkah-langkah analisis data meliputi :

1. Uji Validitas dan Reliabilitas
Untuk memastikan instrumen penelitian valid dan reliabel.
2. Analisis Deskriptif
Untuk menggambarkan karakteristik sampel dan variabel penelitian.
3. Analisis Jalur (Path Analysis)
Untuk menguji hipotesis yang telah diajukan dan menentukan pengaruh langsung maupun tidak langsung antara variabel independen dan dependen.
4. Uji Hipotesis
Menggunakan nilai koefisien jalur dan nilai signifikansi (p-value) untuk menentukan apakah hipotesis diterima atau ditolak.(Amanda et al., 2019)

Metode analisis ini dipilih untuk memberikan gambaran yang komprehensif mengenai pengaruh kualitas layanan aplikasi PLN Mobile dan tarif terhadap kepuasan pelanggan, serta untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang paling berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Pengujian teori dengan PLS-SEM mengikuti proses yang terdiri dari dua langkah. (Hair, 2019). Pertama-tama, kita menguji teori pengukuran untuk mengkonfirmasi reliabilitas dan validitas model pengukuran. Setelah model pengukuran dikonfirmasi, kita melanjutkan untuk menguji teori struktural. Logikanya adalah bahwa kita harus terlebih dahulu mengkonfirmasi teori pengukuran sebelum menguji teori struktural, karena teori struktural tidak dapat dikonfirmasi jika ukurannya tidak dapat diandalkan atau tidak valid.

Proses Keputusan SEM-PLS



(Hair, 2019)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, data yang digunakan merupakan data primer, yang diperoleh langsung dari objek penelitian. Pengumpulan data dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada 100 pelanggan PT. PLN (Persero) UP3 Palembang ULP Rivai, yang dipilih sebagai sampel. Setelah kuesioner disebar, semua kuesioner yang diberikan berhasil dikembalikan oleh 100 pelanggan tersebut, sehingga data yang terkumpul siap untuk diproses dan dianalisis lebih lanjut.

Dengan tingkat pengembalian kuesioner mencapai 100%, semua data yang diperoleh dapat digunakan untuk pengujian dan analisis yang lebih mendalam. Tingkat pengembalian kuesioner tersebut dapat dilihat pada tabel berikut :

Tingkat Pengambilan Kuesioner

Nomor	Keterangan	Jumlah	Persentase
1.	Kuesioner yang tersebar	100	100%
2.	Jumlah kuesioner yang tidak kembali	0	0%
3.	Jumlah Kuesioner yang tidak lengkap	0	0%
4.	Kuesioner yang memenuhi syarat	100	100%

Sumber : Dikelola 2024

Setelah penjelasan gambar diatas terdapat 100 kuesioner yang tersebar dan kembali dengan diisi secara menyeluruh dan lengkap dengan 100 jawaban kuesioner sehingga persentase

menjadi 100%.

Distribusi Pernyataan Berdasarkan Variabel

NO	VARIABEL	JUMLAH
1.	Kualitas Layanan	4
2.	Aplikasi PLN Mobile	6
3.	Harga	3
4.	Kepuasan Pelanggan	7
5.	Total Pertanyaan	20

Sumber : Dikelola 2024

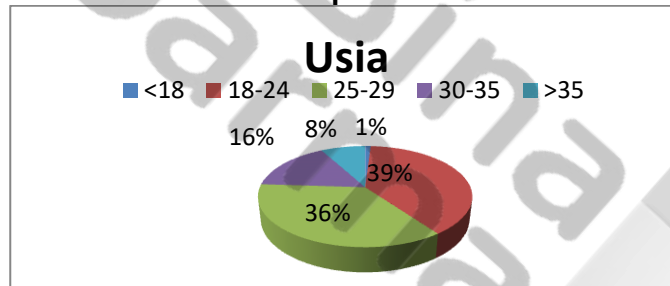
Setelah penjelasan gambar diatas terdapat 100 kuesioner yang tersebar dan kembali dengan diisi secara menyeluruh dan lengkap dengan 100 jawaban kuesioner sehingga persentase menjadi 100%.

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase(%)
1.	Laki-Laki	50	50%
2.	Perempuan	50	50%
	Jumlah	100	100%

Sumber : Data Primer 2024

Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia



Sumber : Data Primer Diolah 2024

Berdasarkan data yang terkumpul, jawaban dari responden telah direkapitulasi dan dianalisis untuk mendapatkan deskripsi masing-masing variabel. Penilaian terhadap responden dilakukan berdasarkan kriteria berikut :

Tabel 4.4 Ketentuan Nilai Kriteria Responden

No	Nilai	Keterangan
1.	1,00-1,79	Sangat Rendah
2.	1,80-2,59	Rendah
3.	2,60-3,39	Cukup
4.	3,40-4,19	Baik
5.	4,20-5,00	Sangat Baik

Analisis Variabel Kualitas Layanan

Hasil dari kuesioner mengenai variabel kualitas layanan menunjukkan bahwa item nomor 1 memiliki nilai rata-rata tertinggi, yaitu 4,48. Pernyataan tersebut adalah “Saya merasa PLN Mobile memberikan tampilan yang baik,” dan sebagian besar responden memilih sangat setuju (50 responden) atau setuju (48 responden). Hal ini menunjukkan bahwa PT. PLN (Persero) UP3 Palembang ULP Rivai berhasil memberikan layanan yang memuaskan sesuai dengan kebutuhan pelanggan, menciptakan citra positif bagi perusahaan. Sebaliknya, nilai rata-rata terendah pada variabel kualitas layanan ditemukan pada item nomor 2 dan 4, dengan nilai rata-rata 4,39. Dengan hasil yang telah didapatkan diketahui nilai yang ada sebesar 4,39 dengan kriteria kuesioner sangat baik yang berarti indikator Kualitas Layanan ini berpengaruh baik kepada konsumen atau pelanggan.

Pertanyaan yang dimaksud adalah, “Saya merasa bahwa PLN Mobile memberikan layanan yang responsif secara keseluruhan terhadap kebutuhan pelanggan” dan “Saya merasa bahwa PLN Mobile memiliki kemampuan untuk memahami dan merespons kebutuhan serta keinginan saya sebagai pelanggan.” Meskipun nilai rata-rata ini masih dalam kategori sangat baik, ada indikasi bahwa perbaikan dapat dilakukan, terutama dalam hal penggunaan bahasa yang lebih sederhana dan mudah dipahami oleh pelanggan.

Analisis Variabel Aplikasi PLN Mobile

Nilai rata-rata tertinggi pada variabel aplikasi PLN Mobile ditemukan pada item nomor 3, dengan rata-rata sebesar 4,61. Pernyataan ini, “Menurut saya, aplikasi PLN Mobile merupakan pilihan tepat untuk memenuhi kebutuhan pengembangan layanan PLN di era digital ini,” mendapat respon positif dari 62 responden yang sangat setuju dan 37 responden yang setuju. Hal ini menunjukkan bahwa PT. PLN (Persero) UP3 Palembang ULP Rivai, melalui aplikasi PLN Mobile, sangat efektif dalam memenuhi kebutuhan pelanggan di era digital, dan menciptakan citra positif bagi perusahaan.

Sebaliknya, nilai rata-rata terendah terdapat pada item nomor 4, dengan nilai rata-rata 4,38, terkait pertanyaan “Menurut saya, aplikasi PLN Mobile dirancang dengan sangat baik sehingga dapat beroperasi dengan lancar dan efisien di berbagai perangkat yang digunakan pelanggan.” Walaupun nilai ini masih berada dalam kategori sangat baik, ada indikasi bahwa perbaikan bisa dilakukan, terutama dengan menambah fitur-fitur yang dapat memudahkan pelanggan dalam melakukan transaksi. Secara keseluruhan, aplikasi PLN Mobile mendapat penilaian sangat baik dari para responden.

Namun, terdapat peluang untuk peningkatan, khususnya dalam menambah fitur yang dapat mempermudah proses transaksi bagi pelanggan. Tingkat pengembalian kuesioner yang tinggi menunjukkan bahwa data yang diperoleh cukup representatif dan dapat diandalkan untuk analisis lebih lanjut. Dengan hasil yang telah didapatkan diketahui nilai yang ada sebesar 4,48 dengan kriteria kuesioner sangat baik yang berarti indikator PLN Mobile ini berpengaruh baik kepada konsumen atau pelanggan.

Analisis Variabel Harga

Nilai rata-rata tertinggi terdapat pada item nomor 1. Pernyataan nomor 1 memiliki rata-rata sebesar 4,55. Hal ini diperoleh karena pada item pertanyaan ini, para responden cenderung menjawab sangat setuju sebanyak 59 responden dan setuju sebanyak 37 responden. Pertanyaan nomor 1 adalah, “Saya merasa bahwa harga yang diberikan oleh PT.PLN Persero sudah termasuk normal dan murah, bahkan untuk kecepatan habis token listrik berbasis saldo/pulsa”. Dari hasil ini, dapat disimpulkan bahwa PT. PLN (Persero) UP3 Palembang ULP Rivai memberikan potongan harga atau diskon yang sangat membantu pelanggan dalam pengisian token listrik, sehingga menciptakan citra positif bagi organisasi.

Sebaliknya, nilai rata-rata terendah pada variabel harga layanan ini terdapat pada item pertanyaan nomor 2, dengan nilai rata-rata 4,42 yang diperoleh dari respon kuesioner yang dibagikan. Pertanyaan yang diberikan yaitu, “Saya merasa bahwa harga yang diberikan oleh PT.PLN Persero sudah sesuai dengan kualitas layanan yang diberikan”. Meskipun nilai rata-rata ini masih termasuk dalam kategori sangat baik, dapat disimpulkan bahwa ada sedikit ruang untuk peningkatan dalam memberikan penjelasan lebih lanjut kepada pelanggan mengenai penetapan harga yang dianggap normal dan murah.

Secara keseluruhan, variabel harga layanan dari PT. PLN (Persero) UP3 Palembang ULP Rivai dinilai sangat baik oleh responden dengan nilai rata-rata keseluruhan sebesar 4,49. Namun, terdapat ruang untuk peningkatan khususnya dalam memberikan penjelasan mengenai penetapan harga yang dianggap normal dan murah.

Tingkat pengembalian kuesioner yang tinggi menunjukkan bahwa data yang diperoleh cukup representatif dan dapat diandalkan untuk analisis lebih lanjut. Dengan hasil yang telah didapatkan diketahui nilai yang ada sebesar 4,49 dengan kriteria kuesioner sangat baik yang berarti indikator Harga ini berpengaruh baik kepada konsumen atau pelanggan.

Analisis Variabel Kepuasan Pelanggan

Nilai rata-rata tertinggi pada variabel kepuasan pelanggan ditemukan pada item nomor 5, dengan rata-rata 4,64. Pernyataan tersebut adalah, “Saya merasa bahwa responsif karyawan PT. PLN Palembang dalam menanggapi kebutuhan atau keluhan pelanggan sudah baik,” yang mendapat jawaban sangat setuju dari 64 responden dan setuju dari 33 responden. Hal ini menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan oleh PT. PLN (Persero) UP3 Palembang ULP Rivai sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran dan pemahaman pelanggan mengenai layanan yang ditawarkan oleh perusahaan.

Sebaliknya, nilai rata-rata terendah terdapat pada item nomor 2, dengan nilai rata-rata 4,33, terkait dengan pertanyaan, “Saya merasa bahwa harga yang ditetapkan PT. PLN Palembang untuk layanan yang mereka berikan sesuai dengan kualitas layanan yang mereka berikan.” Meskipun nilai ini masih termasuk dalam kategori sangat baik, ada indikasi bahwa penyesuaian harga dengan kualitas layanan yang diberikan dapat diperbaiki. Secara keseluruhan, pelanggan merasa puas dengan layanan dari PT. PLN (Persero) UP3 Palembang

ULP Rivai, dengan skor rata-rata 4,4 yang masuk dalam kategori sangat baik. Dengan hasil yang telah didapatkan diketahui nilai yang ada sebesar 4,4 dengan kriteria kuesiner sangat baik yang berarti indikator Kepuasan Pelanggan ini berpengaruh baik kepada konsumen atau pelanggan.

Model Pengukuran atau Outer Model

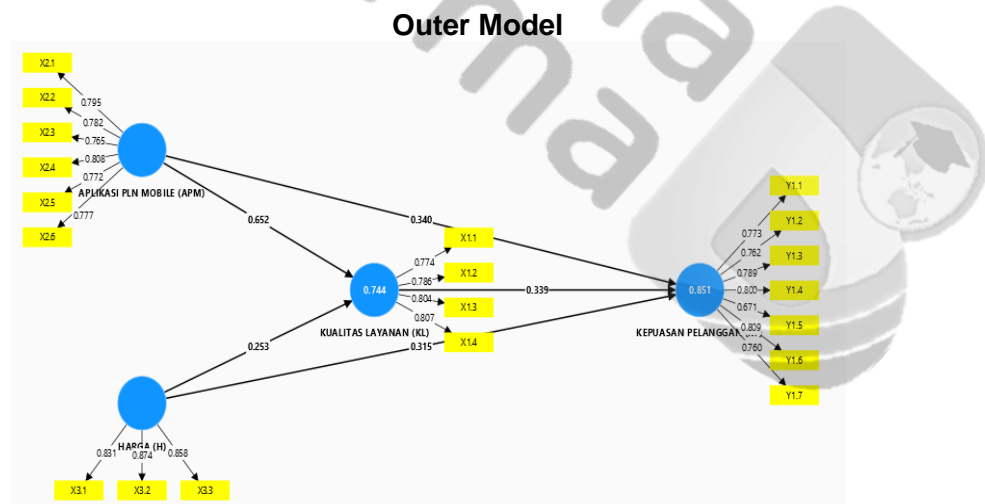
Untuk menjelaskan hubungan antara indikator dan variabel laten, dilakukan analisis model pengukuran, atau sering disebut analisis model luar. Dalam analisis ini, terdapat tiga kriteria utama yang digunakan untuk menilai model luar: Validitas Konvergen, Validitas Diskriminan, dan Reliabilitas Komposit.

Outer Model

	Composite reliability (rho_a)	Average variance extracted (AVE)
APLIKASI PLN MOBILE (APM)	0.874	0.614
HARGA (H)	0.827	0.730
KEPUASAN PELANGGAN (KP)	0.885	0.589
KUALITAS LAYANAN (KL)	0.803	0.629

Sumber : Data Olahan SmartPLS 4.1.0.6

Berdasarkan tabel 4.7 nilai composite reliability untuk aplikasi PLN mobile, harga, kepuasan pelanggan dan kualitas layanan sudah melebihi 0,7. Dan nilai AVE > 0,5 untuk PLN mobile, harga, kepuasan pelanggan dan kualitas layanan.



Sumber : Data Olahan Smart-PLS4

Outlier dilakukan agar memenuhi asumsi validitas dan reabilitas pada outer model.

1. Uji Validitas

a. Uji Convergent Validity (Uji Validitas Menggunakan Outer Loading)

Uji validitas konvergen dalam model pengukuran dengan indikator reflektif dinilai berdasarkan reliabilitas item individual, menggunakan faktor muatan standar (standardised loading factor).

Outlier dilakukan agar memenuhi asumsi validitas dan reabilitas pada outer model.

Faktor muatan ini mengukur seberapa besar korelasi antara setiap indikator dengan konstruk yang diwakilinya. Nilai faktor muatan di atas 0,70 dianggap ideal atau valid untuk indikator yang mengukur konstruk tersebut. Namun, dalam penelitian tahap awal pengembangan skala pengukuran, nilai faktor muatan antara 0,50 hingga 0,60 masih dianggap memadai.

Uji Validitas Menggunakan Outer Loading

	APLIKASI PLN MOBILE (APM)	HARGA (H)	KEPUASAN PELANGGAN (KP)	KUALITAS LAYANAN (KL)
APM.1				0.774
APM.2				0.786
APM.3				0.804
APM.4				0.807
H.1	0.795			
H.2	0.782			
H.3	0.765			
H.4	0.808			
H.5	0.772			
H.6	0.777			
KL.1		0.831		
KL.2		0.874		
KL.3		0.858		
Y1.1			0.773	
Y1.2			0.762	
Y1.3			0.789	
Y1.4			0.800	
Y1.5			0.671	
Y1.6			0.809	
Y1.7			0.760	

Sumber : Data Olahan SmartPLS 4.1.0.6

Pengujian validitas untuk indikator reflektif dilakukan dengan mengukur korelasi antara skor item dan skor konstraknya. Pengukuran dengan indikator reflektif menunjukkan adanya perubahan pada suatu konstruk jika indikator lain dalam konstruk yang sama berubah atau dihapus dari model. Berdasarkan hasil pengujian, Aplikasi PLN Mobile, Harga, Kepuasan Pelanggan, dan Kualitas Layanan memiliki data yang valid dengan nilai di atas 0,05.

Discriminant Validity Atau Cross Loading

	APLIKASI PLN MOBILE (APM)	HARGA (H)	KEPUASAN PELANGGAN (KP)	KUALITAS LAYANAN (KL)
APM.1	0.670	0.550	0.681	0.774
APM.2	0.644	0.593	0.714	0.786
APM.3	0.695	0.622	0.701	0.804
APM.4	0.677	0.626	0.645	0.807
H.1	0.795	0.624	0.649	0.665
H.2	0.782	0.614	0.681	0.670
H.3	0.765	0.597	0.668	0.705
H.4	0.808	0.545	0.711	0.675
H.5	0.772	0.680	0.710	0.619
H.6	0.777	0.554	0.664	0.643
KL.1	0.549	0.831	0.602	0.551
KL.2	0.717	0.874	0.781	0.683
KL.3	0.686	0.858	0.732	0.686
Y1.1	0.681	0.636	0.773	0.669
Y1.2	0.677	0.721	0.762	0.606
Y1.3	0.722	0.690	0.789	0.671
Y1.4	0.667	0.656	0.800	0.716

	APLIKASI PLN MOBILE (APM)	HARGA (H)	KEPUASAN PELANGGAN (KP)	KUALITAS LAYANAN (KL)
Y1.5	0.575	0.536	0.671	0.653
Y1.6	0.664	0.633	0.809	0.645
Y1.7	0.673	0.583	0.760	0.686

Sumber : Data Olahan SmartPLS 4.1.0.6

Berdasarkan data validitas diskriminan yang tersedia, nilai diagonal yang menunjukkan akar kuadrat dari Average Variance Extracted (AVE) lebih tinggi dibandingkan dengan korelasi antar konstruk. Hal ini menandakan bahwa model tersebut valid karena memenuhi kriteria validitas diskriminan. Cara lain untuk menilai validitas diskriminan adalah dengan memeriksa nilai square root of average extracted (AVE), dengan nilai ideal di atas 0,50. Tabel yang ada menunjukkan bahwa model ini valid karena memenuhi kriteria tersebut. Nilai AVE yang melebihi 0,50 menandakan bahwa konstruk memiliki reliabilitas dan validitas yang baik.

Average variance extracted (AVE)

	Average variance extracted (AVE)	Keterangan
APLIKASI PLN MOBILE (APM)	0.614	Valid
HARGA (H)	0.730	Valid
KEPUASAN PELANGGAN (KP)	0.589	Valid
KUALITAS LAYANAN (KL)	0.629	Valid

Sumber : Data Olahan SmartPLS 4.1.0.6

Berdasarkan tabel di atas, nilai AVE untuk semua konstruk berada di atas 0,50. APLIKASI PLN MOBILE (APM) memiliki AVE sebesar 0,614, HARGA (H) memiliki AVE sebesar 0,730, KEPUASAN PELANGGAN (KP) memiliki AVE sebesar 0,589, dan KUALITAS LAYANAN (KL) memiliki AVE sebesar 0,629. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua konstruk variabel aplikasi PLN Mobile, harga, kepuasan pelanggan, dan kualitas layanan memiliki nilai AVE di atas 0,50.

Path Coefficients

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values	Keterangan
APLIKASI PLN MOBILE (APM) -> KEPUASAN PELANGGAN (KP)	0.340	0.335	0.082	4.167	0.000	Signifikan
APLIKASI PLN MOBILE (APM) -> KUALITAS LAYANAN (KL)	0.652	0.636	0.102	6.380	0.000	Signifikan
HARGA (H) -> KEPUASAN PELANGGAN (KP)	0.315	0.325	0.083	3.786	0.000	Signifikan
HARGA (H) -> KUALITAS LAYANAN (KL)	0.253	0.273	0.103	2.464	0.014	Signifikan
KUALITAS LAYANAN (KL) -> KEPUASAN PELANGGAN (KP)	0.339	0.333	0.090	3.778	0.000	Signifikan

Sumber : Data Olahan SmartPLS 4.1.0.6

Analisis efek langsung bertujuan untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh langsung dari

variabel independen (eksogen) terhadap variabel dependen (endogen). Kriterianya:

❖ Koefisien Jalur (Path Coefficient) :

- Jika nilai koefisien jalur adalah positif, maka pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen bersifat searah; artinya, jika variabel independen meningkat, variabel dependen juga akan meningkat.
- Jika nilai koefisien jalur adalah negatif, maka pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen bersifat berlawanan arah; artinya, jika variabel independen meningkat, variabel dependen akan menurun.

❖ Nilai Probabilitas/Signifikansi (P-Value) :

- Jika nilai P-Value < 0,5, maka hasilnya signifikan.
- Jika nilai P-Value > 0,5, maka hasilnya tidak signifikan.

Indirect Effect

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values	Keterangan
APLIKASI PLN MOBILE (APM) -> KEPUASAN PELANGGAN (KP)	0.221	0.215	0.075	2.958	0.003	Signifikan
HARGA (H) -> KEPUASAN PELANGGAN (KP)	0.086	0.088	0.036	2.385	0.017	Signifikan

Sumber : Data Olahan SmartPLS 4.1.0.6

Analisis efek tidak langsung bertujuan untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh tidak langsung dari variabel independen (eksogen) terhadap variabel dependen (endogen) melalui variabel perantara.

Kriterianya :

- ❖ Jika nilai P-Value < 0,05, maka efek tersebut signifikan (pengaruhnya tidak langsung), yang berarti variabel perantara "berperan" dalam hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.
- ❖ Jika nilai P-Value > 0,05, maka efek tersebut tidak signifikan (pengaruhnya langsung), yang berarti variabel perantara "tidak berperan" dalam hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami peranan kualitas layanan aplikasi PLN Mobile terhadap tarif pada kepuasan pelanggan di PT. PLN (Persero) UP3 Palembang ULP Rivai. Dalam penelitian ini, 100 responden berpartisipasi dengan mengisi kuesioner yang disebarakan selama kurang lebih 3 minggu. Karakteristik responden :

Jenis Kelamin : Responden terdiri dari laki-laki dan perempuan dengan proporsi yang seimbang.

Usia : Sebagian besar responden berusia antara 18 hingga 24 tahun.

Hasil Analisis Statistik :

- Pengaruh Aplikasi PLN Mobile terhadap Kepuasan Pelanggan (APM-KP) Aplikasi PLN Mobile memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Ini menunjukkan bahwa fitur dan fungsionalitas aplikasi secara langsung memengaruhi sejauh mana pelanggan merasa puas dengan layanan yang diberikan.
- Pengaruh Aplikasi PLN Mobile terhadap Kualitas Layanan (APM-KL) : Hasil analisis menunjukkan bahwa aplikasi PLN Mobile juga berpengaruh signifikan terhadap kualitas layanan. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi tersebut berkontribusi pada peningkatan kualitas layanan yang diterima pelanggan.

- Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan (H-KP) : Analisis menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Ini berarti bahwa perasaan puas pelanggan dapat dipengaruhi oleh harga yang dikenakan untuk layanan.
- Pengaruh Harga terhadap Kualitas Layanan (H-KL) : Hasil juga menunjukkan bahwa harga memengaruhi kualitas layanan secara signifikan. Ini mengindikasikan bahwa perubahan harga dapat berdampak pada persepsi pelanggan mengenai kualitas layanan yang mereka terima.
- Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan (KL-KP) : Kualitas layanan terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan yang diberikan, semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa aplikasi PLN Mobile dan kualitas layanan berperan penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Selain itu, harga juga memainkan peran signifikan baik dalam kualitas layanan maupun dalam kepuasan pelanggan.

1. H1 Pengaruh Aplikasi PLN Mobile terhadap Kualitas Layanan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, hipotesis pertama, yaitu "H1: Pengaruh Aplikasi PLN Mobile terhadap Kualitas Layanan," menunjukkan bahwa aplikasi PLN Mobile memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kualitas layanan. Hasil analisis memperlihatkan nilai koefisien jalur sebesar 0,652 dengan P-Value yang sangat kecil, yaitu 0,000. Karena P-Value kurang dari batas signifikan 0,05, ini mengindikasikan bahwa aplikasi PLN Mobile secara positif dan signifikan mempengaruhi kualitas layanan.

Artinya, peningkatan fitur dan performa aplikasi PLN Mobile berkontribusi secara substansial terhadap peningkatan kualitas layanan yang dirasakan oleh pelanggan. Dengan kata lain, aplikasi ini memainkan peran penting dalam meningkatkan standar layanan yang diberikan kepada pelanggan, sehingga hipotesis ini diterima.

Kemampuan perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan disebut sebagai kualitas layanan, dan ini dianggap baik jika layanan tersebut memenuhi harapan dan menghasilkan kepuasan. (Cesariana et al., 2022) Aplikasi mobile PLN telah menerima tanggapan positif dari masyarakat, dengan lebih dari 35 juta pengguna dan peringkat kepuasan 4,8 dari 5 di PlayStore per 1 Desember. Hal ini mencerminkan transformasi besar yang dialami PLN, menurut Darmawan Prasodjo, Direktur Utama dan Chief Transformation Officer PLN. (Trianto, 2022)

2. H2 Pengaruh Harga terhadap Kualitas Layanan

Untuk hipotesis kedua, "H2: Pengaruh Harga terhadap Kualitas Layanan," analisis menunjukkan bahwa harga memiliki dampak signifikan terhadap kualitas layanan. Koefisien jalur yang terukur adalah 0,253 dengan P-Value sebesar 0,014, yang menunjukkan bahwa harga secara signifikan mempengaruhi kualitas layanan. Karena P-Value kurang dari 0,05, ini mengindikasikan bahwa perubahan harga dapat mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan.

Dengan demikian, hipotesis ini diterima, yang berarti harga yang ditetapkan berkontribusi pada persepsi kualitas layanan oleh pelanggan. Harga adalah pajak pada barang impor atau ekspor yang umumnya diterapkan untuk meningkatkan pendapatan negara, melindungi produsen lokal, dan menjaga daya saing. Harga secara langsung mempengaruhi profitabilitas perusahaan karena berdampak pada kuantitas penjualan dan biaya produksi melalui efisiensi. (Nurfauzi et al., 2023)

Kualitas layanan adalah aspek produksi atau layanan yang memenuhi kebutuhan masyarakat. Interaksi langsung antara pelanggan dan penyedia layanan, termasuk sikap dan keahlian karyawan dalam berkomunikasi, sangat penting dalam memberikan layanan yang baik. (Lestari & Iskandar, 2021)

3. H3 Pengaruh Aplikasi PLN Mobile terhadap Kepuasan Pelanggan

Untuk hipotesis ketiga, "H3: Pengaruh Aplikasi PLN Mobile terhadap Kepuasan Pelanggan," analisis menunjukkan bahwa aplikasi PLN Mobile memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,340 dan P-Value sebesar 0,000, yang jauh di bawah batas signifikan 0,05, hasil ini menunjukkan bahwa aplikasi PLN Mobile secara signifikan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

Ini berarti fitur dan fungsionalitas aplikasi berperan langsung dalam menentukan

seberapa puas pelanggan terhadap layanan yang mereka terima. Hipotesis ini diterima, menegaskan pentingnya aplikasi dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Pada bab 2, dijelaskan bahwa aplikasi yang dapat memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan cenderung meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh PT. PLN (Persero) UP3 Palembang ULP Rivai. Selain itu, aspek kualitas layanan yang diterapkan dalam Aplikasi PLN Mobile juga dapat memoderasi persepsi pelanggan terhadap tarif yang dikenakan.

PT. PLN (Persero) meluncurkan aplikasi PLN Mobile pada tahun 2016. Penelitian tahun 2019 menunjukkan kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan aplikasi masih rendah. Namun, perbaikan dan penambahan fitur telah dilakukan untuk meningkatkan layanan kepada pelanggan. (Suprateka, 2019). Kepuasan pelanggan adalah faktor krusial untuk bisnis berkelanjutan dan keuntungan jangka panjang. Pengusaha harus memperhatikan modal, keterampilan karyawan, dan pelanggan untuk mencapai kesuksesan. (Nur Fauziah Rosyda, 2022)

4. H4 Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Analisis untuk hipotesis keempat, "H4: Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan," menunjukkan bahwa harga memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan koefisien jalur sebesar 0,315 dan P-Value sebesar 0,000, yang jauh di bawah batas signifikan 0,05, hasil ini menegaskan bahwa harga secara positif mempengaruhi kepuasan pelanggan. P-Value yang rendah mengindikasikan bahwa variasi harga memainkan peran penting dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, hipotesis ini diterima, menunjukkan bahwa harga merupakan faktor kunci dalam menentukan kepuasan pelanggan terhadap layanan yang mereka terima.

Seperti dijelaskan pada bab 2, dalam konteks aplikasi PLN Mobile, harga yang kompetitif menjadi salah satu daya tarik utama bagi pelanggan. Namun, kualitas layanan yang terintegrasi dalam aplikasi juga berperan penting dalam membentuk persepsi nilai pelanggan terhadap tarif yang mereka bayar. (Nurfauzi et al., 2023) Menyatakan bahwa harga adalah jumlah uang yang dibayarkan untuk barang atau jasa, menjadi faktor penting dalam penilaian dan pemilihan konsumen. (Firdilla Kurnia, 2022) Menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan mencerminkan sejauh mana pelanggan merasa puas dengan produk atau layanan yang diterima. Kepuasan tercapai ketika harapan pelanggan sesuai dengan kualitas layanan yang diberikan, mencerminkan kesesuaian antara keinginan pelanggan dan apa yang mereka terima.

5. H5 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Untuk hipotesis kelima, "H5: Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan," analisis menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan koefisien jalur sebesar 0,339 dan P-Value sebesar 0,000, hasil ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

P-Value yang sangat kecil mengindikasikan bahwa hipotesis ini diterima, yang berarti pelanggan cenderung merasa lebih puas ketika mereka menerima layanan dengan kualitas yang lebih baik. Seperti dijelaskan pada bab 2, kualitas layanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya dapat memperkuat loyalitas pelanggan, mengurangi jumlah keluhan, dan memperbaiki reputasi perusahaan.

(Ahmad Zikri, 2022) Mendefinisikan kualitas layanan sebagai kondisi dinamis terkait produk, jasa, sumber daya manusia, dan lingkungan, yang minimal memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Kualitas layanan adalah sistem strategis melibatkan seluruh organisasi untuk memenuhi kebutuhan konsumen. (Baladewa, 2023) Menyatakan bahwa kepuasan pelanggan mengukur efektivitas produk dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan serta mencerminkan kepuasan dengan keseluruhan pengalaman penggunaan produk atau layanan tersebut.

KESIMPULAN

Penelitian ini melibatkan 100 pelanggan PT. PLN (Persero) UP3 Palembang ULP Rivai dengan tingkat pengembalian kuesioner sebesar 100%. Temuan utama penelitian ini menunjukkan bahwa aplikasi PLN Mobile dan kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Aplikasi PLN Mobile (APM) berperan penting dalam meningkatkan kualitas layanan (KL). Peningkatan fitur dan performa aplikasi secara signifikan berkontribusi pada peningkatan kualitas layanan yang dirasakan oleh pelanggan. Sebaliknya, jika kualitas aplikasi menurun,

maka kualitas layanan yang dirasakan oleh pelanggan juga akan menurun.

Harga (H) juga memiliki pengaruh signifikan terhadap kualitas layanan (KL). Penetapan harga yang tepat dapat meningkatkan persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan, sementara harga yang tidak sesuai dapat menurunkan persepsi tersebut.

Selain itu, aplikasi PLN Mobile (APM) juga berdampak positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan (KP). Fitur dan fungsi aplikasi yang baik meningkatkan kepuasan pelanggan, sedangkan aplikasi yang buruk dapat menurunkan kepuasan pelanggan.

Harga (H) mempengaruhi kepuasan pelanggan (KP) secara signifikan. Penetapan harga yang efektif dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, sedangkan harga yang tidak memadai dapat menurunkan kepuasan pelanggan.

Kualitas layanan (KL) juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (KP). Peningkatan kualitas layanan secara langsung meningkatkan kepuasan pelanggan.

Secara keseluruhan, aplikasi PLN Mobile dan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, penting untuk meningkatkan fitur dan performa aplikasi serta menyesuaikan harga dengan tepat untuk memperbaiki pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Manajemen harus fokus pada kedua aspek ini untuk mencapai tingkat kepuasan pelanggan yang lebih baik.



DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Zikri, M. I. H. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia Regional I Sumatera. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 1(1), 129–138.
- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, 8(1), 179. <https://doi.org/10.25077/jmu.8.1.179-188.2019>
- Baladewa. (2023). *Pengertian Kepuasan Pelanggan & Faktor yang Mempengaruhinya*. 8 September. <https://www.bhinneka.com/blog/pengertian-kepuasan-pelanggan-faktor-yang-mempengaruhinya/>
- Bisht, R. (2024). *Apa itu Pengambilan Sampel Purposif? Metode, Teknik, dan Contoh*. 30 Januari 2024. <https://researcher.life/blog/article/what-is-purposive-sampling-methods-techniques-and-examples/>
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224.
- Daon. (2024). *Apa itu Industri 4.0 dan bagaimana Indonesia menyongsongnya*. https://www.kominfo.go.id/content/detail/16505/apa-itu-industri-40-dan-bagaimana-indonesia-menyongsongnya/0/sorotan_media
- Firdilla Kurnia. (2022). *Kepuasan Pelanggan: Pengertian, Contoh, Faktor, Manfaat, Cara Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. 2 Desember. <https://dailysocial.id/post/kepuasan-pelanggan-adalah>
- Ghozali. (2016). Metodologi Penelitian. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 3(April), 49–58.
- Hair. (2019). *Hair et al_Multivariate data analysis (2005).pdf*.
- Lestari, A. T., & Iskandar, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Bank BTN Cabang Tegal. *Journal of Economic and Management (JECMA)*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.46772/jecma.v2i1.513>
- Nur Fauziah Rosyda. (2022). *Pengertian Kepuasan Pelanggan: Faktor, Indikator dan Optimalisasinya*. <https://www.gramedia.com/literasi/alat-pembayaran-internasional/>
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., Asir, M., Majenang, S., Jambatan Bulan, S., Bina Bangsa, U., Bandung, S., & Makassar, I. (2023). Literature Review: Analysis Of Factors Influencing Purchasing Decisions, Product Quality And Competitive Pricing Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 183–188. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Pilo, R. (2023). *Layanan Pelanggan Adalah Cerminan Kualitas Perusahaan*. 09 September 2023. <https://phintraco.com/layanan-pelanggan/>
- Setiawan, R., Lestari, N., & Apsari, N. (2021). Berpikir Kritis dalam Fisika Menggunakan Aplikasi Mobile. *QUANTUM: Jurnal Pembelajaran IPA Dan Aplikasinya*, 1(2), 33–43. <https://doi.org/10.46368/qjpia.v1i2.428>
- Supruteka, I. M. (2019). *Permudah Jangkauan Layanan Dengan PLN MOBILE*. 31 Oktober. <https://web.pln.co.id/cms/media/siaran-pers/2016/10/permudah-jangkauan-layanan-dengan-pln-mobile/>
- Trianto, G. A. (2022). *Punya Banyak Fitur Canggih, Aplikasi PLN Mobile Diunduh Lebih 35 Juta Pengguna*. 1 Desember.