



Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap Kepuasan Pelanggan Sebagai Pengguna Aplikasi PLN *Mobile*

Yusran A. Kau¹, Elfis Mus Abdul², Olfis Ishak³, Warno Panigoro⁴

¹²³⁴Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gorontalo

Email: yusrankau45@gmail.com

Keywords:

E-Service Quality;
Kepuasan Pelanggan

Abstract. *This research aims to determine the influence of E-Service Quality on customer satisfaction. The data used in this research is primary data sourced from filling out questionnaires. The sample used in this research amounted to 55 respondents with the form of sampling using Accidental Sampling. The analytical technique used to answer the research problem and test the hypothesis is multiple regression analysis using the Statiscal Product Service (SPSS) application which is used to analyze the data. The results of the research are (1) there is no positive and insignificant influence of efficiency on customer satisfaction (2) there is no positive and insignificant influence of fulfillment on customer satisfaction (3) there is a positive and insignificant influence of system availability on customer satisfaction (4) there is no influence positive and insignificant privacy on customer satisfaction (5) there is a positive and significant influence of responsiveness on customer satisfaction (6) there is a positive and significant influence of contact on customer satisfaction (7) E-Service Quality simultaneously has a positive and significant influence on customer satisfaction.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *E-Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan. Data yang digunakan dalam penelitian yaitu data primer yang bersumber dari pengisian kuisioner. Sampel yang digunakan dalam penelitian berjumlah 55 responden dengan bentuk pengambilan sampel menggunakan *Accidental Sampling*. Teknik analisis yang dinggunakan untuk menjawab masalah penelitian dan menguji hipotesis yaitu analisis regresi berganda menggunakan aplikasi *Statiscal Product Service* (SPSS) yang digunakan untuk menganalisis data. Hasil penelitian (1) tidak terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan *efficiency* terhadap kepuasan pelanggan (2) tidak terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan *fullfilment* terhadap kepuasan pelanggan (3) terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan *system availability* terhadap kepuasan pelanggan (4) tidak terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan *privacy* terhadap kepuasan pelanggan (5) terdapat pengaruh positif dan signifikan *resposiveness* terhadap kepuasan pelanggan (6) terdapat pengaruh positif dan signifikan *contact* terhadap kepuasan pelanggan (7) *E-Service Quality* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Corresponden author:

Email: yusrankau45@gmail.com

Pendahuluan

Perusahaan Listrik Negara (PLN) merupakan satu-satunya Perusahaan yang ditugaskan Pemerintah untuk menyediakan listrik secara Nasional kepada masyarakat Indonesia. Sebagai satu-satunya perusahaan naungan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang kelistrikan Indonesia, PLN terus berusaha untuk menciptakan strategi dan inovasi baru dalam memuaskan pelanggan dan tetap berupaya memperhatikan peningkatan pelayanan kepada para pelanggan. Berbagai macam cara dan usaha dilakukan agar listrik selalu tersedia ke seluruh pelosok tanah air.

PT PLN (Persero) memiliki kantor unit-unit pelayanan yang tersebar di seluruh Indonesia, salah satunya yaitu kantor PT PLN (Persero) Unit Layanan Pelanggan Limboto (ULP Limboto). Fungsi kantor unit layanan pelanggan ini adalah untuk melayani dan menjalankan proses bisnis PLN agar kebutuhan pasokan listrik bisa dinikmati oleh pelanggan. PT PLN (Persero) ULP Limboto memiliki luas wilayah yang diantaranya mencakup sebagian besar Kabupaten Gorontalo dan sebagian kecil Kabupaten Boalemo. PT PLN (Persero) ULP Limboto juga memiliki 5 kantor sub-sub unit layanan pelanggan (ULP) yang tersebar di Kabupaten Gorontalo dan Boalemo, sub ulp ini hanya memiliki fungsi melayani gangguan kelistrikan yang bersifat teknik.

Perkembangan dunia bisnis kini semakin dinamis seiring dengan semakin meningkatnya permintaan masyarakat terhadap produk dan jasa untuk memenuhi segala kebutuhannya, suatu perusahaan harus memberikan kepuasan terhadap pelanggannya. Kepuasan pelanggan adalah keluaran dari proses kinerja sebuah perusahaan yang dirasakan oleh seorang konsumen, dimana hasilnya sesuai dengan harapan konsumen tersebut (Kotler, 2000). Seorang pelanggan akan terpuaskan jika harapannya terpenuhi dan merasa sangat gembira jika harapannya terlampaui. Adhiyanto (2012), menyatakan bahwa kualitas layanan yang baik dalam suatu perusahaan akan dapat memberikan rasa puas terhadap pelanggan. Kualitas layanan merupakan perbedaan antara harapan pelanggan dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan (Saputro, 2010).

Menurut Ellitan dalam Marianah (2012) bahwa memberikan pelayanan-pelayanan unggul merupakan sebuah strategi yang menang karena menghasilkan lebih banyak pelanggan baru, lebih sedikit kehilangan pelanggan, lebih banyak penyekatan dari persaingan harga dan lebih sedikit kesalahan yang membutuhkan kinerja pelayanan. Di era perkembangan teknologi saat ini yang semakin cepat dan canggih khususnya teknologi informasi dan komunikasi. Teknologi telah melekat pada diri manusia sehingga menjadi hal yang tidak dapat terpisahkan dari kehidupan manusia sehari-hari, dengan mengikuti perkembangan zaman perusahaan menyediakan pelayanan tidak hanya menggunakan sistem konvensional, melainkan pelayanan elektronik (*E-Service Quality*).

E-Service Quality atau yang juga dikenal sebagai *E-ServQual* merupakan versi baru dari *Service Quality (ServQual)*. Menurut Santos (2003) mendefinisikan e-service quality adalah penilaian dan memberikan evaluasi terhadap kualitas layanan di pasar virtual. *E-ServQual* dikembangkan untuk mengevaluasi dan penilaian terhadap layanan-layanan yang terdapat pada jaringan internet. *E-Service Quality* diartikan sebagai perluasan dari kemampuan suatu situs untuk memberikan fasilitas kegiatan berbelanja, pembelian, dan distribusi secara efektif dan efisien (Chase, Jacobs, & Aquilano, 2006). Dengan berkembangnya kualitas pelayanan elektronik (*e-service quality*) akan membuat pelayanan *online* menjadi lebih efektif dan menarik sehingga membantu perusahaan dalam mencapai level tertinggi terhadap kepuasan pelanggan. Salah satu bukti nyata bahwa PLN terus berusaha melakukan perbaikan pelayanan adalah mewujudkan kepuasan pelanggan dengan meluncurkan Aplikasi PLN *Mobile* yang ada di genggaman pelanggan melalui smartphone berbasis Android.

Aplikasi PLN *Mobile* adalah suatu aplikasi layanan PLN kepada pelanggan (*Mobile Customer Self Service*) setelah sebelumnya memanfaatkan *Contact Center 123*, *Facebook*, dan Web PLN. Melalui aplikasi PLN *Mobile*, pelanggan dapat mengetahui berbagai info mulai dari tagihan rekening listrik, transaksi token, riwayat pemakaian listrik, dan progress

permohonan dan pengaduan. Selain itu, aplikasi ini juga memberikan informasi kepada pelanggan terkait status pekerjaan PT PLN (Persero) khususnya di wilayah kerja ULP Limboto. Aplikasi ini resmi dirilis dengan fitur dan tampilan terbaru pada tanggal 27 Oktober 2020 oleh Direksi PLN bertepatan dengan upacara Hari Listrik Nasional ke-75. Aplikasi ini merupakan produk inovasi dari PLN yang bekerjasama dengan PT Indonesia Comnet Plus sebagai anak perusahaan PLN *Mobile*. Aplikasi ini dapat diunduh dengan mudah dan gratis melalui aplikasi Google Playstore di smartphone berbasis Android.

Zeithaml et al, (2009), dalam bukunya membedakan ke-tujuh dimensi *e-s-qual* menjadi empat dimensi inti yang digunakan pelanggan untuk menilai situs web di mana mereka tidak mengalami pertanyaan atau masalah adalah (1) *Efficiency*, kemudahan dan kecepatan mengakses dan menggunakan situs. (2) *Fulfillment*, sejauh mana janji situs tentang ketersediaan pesanan dan ketersediaan item terpenuhi. (3) *System availability*, kebenaran fungsi teknis dari situs. (4) *Privacy*, sejauh mana situs tersebut aman dan melindungi informasi pengguna. Dan tiga dimensi yang digunakan pelanggan untuk menilai layanan pemulihan saat mereka memiliki masalah atau pertanyaan adalah (1) *Responsiveness*, penanganan masalah yang efektif dan pengembalian melalui situs. (2) *Contact*, tersedianya bantuan melalui telepon atau perwakilan online (p. 115-116)

Efficiency (Efisiensi) yaitu merupakan kemampuan pelanggan untuk mengakses *website* mencari produk yang diinginkan, dan meninggalkan situs bersangkutan dengan upaya minimal. Menurut Lee dan Wu, (2011:7769) efisiensi dari kualitas layanan elektronik yang diberikan oleh situs belanja akan mendorong atau menciptakan kepuasan pelanggan. Adapun tingkat *efficiency* yang ditawarkan oleh aplikasi PLN *Mobile* dapat memudahkan pelanggan untuk melakukan pengaduan, keluhan dan menerima segala informasi terbaru dari PT. PLN, serta tidak membuang-buang waktu pelanggan untuk datang langsung ke kantor pelayanan. *Fulfillment* (Pemenuhan kebutuhan) yaitu menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat memenuhi janjinya terhadap konsumen mencakup akurasi janji layanan dan ketersediaan produk. Menurut Yang dan Fang dalam Supriyantini *et.al* (2014:4). Faktor yang paling penting untuk penilaian kualitas sebuah bisnis *online* adalah akurasi janji karena menepati janji layanan dan pemenuhan pesanan yang akurat adalah elemen dari kualitas pelayanan yang mengarah kepada kepuasan pelanggan atau ketidakpuasan. Adapun tingkat *fulfillment* yang ditawarkan oleh aplikasi PLN *Mobile* adalah kemudahan pelanggan melakukan transaksi pembayaran listrik atau pembelian token secara online.

System Availability (Ketersediaan system) menunjukkan sejauh mana teknologi yang diaplikasikan perusahaan dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Berkaitan dengan fungsi link dan tombol yang berjalan semestinya. Jika fungsi link dalam *website* tidak berjalan maka akan menyebabkan pelanggan kecewa dan keluar dari situs sehingga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan (Parasuraman, *et.al.*, 2005 ; Kim *et.al.*, 2006). Adapun tingkat *System Availability* (Ketersediaan system) yang ditawarkan oleh aplikasi PLN *Mobile* adalah sistem aplikasi tersedia 24 Jam apabila pelanggan melakukan pengaduan. *Privacy* (Privasi) menunjukkan sejauh mana situs perusahaan dapat melindungi keamanan data konsumen. Situs penting dalam menjaga informasi yang diberikan oleh pelanggan dengan baik agar tidak disalahgunakan oleh pihak lain. Jika perusahaan mampu menjaga keamanan data konsumen maka konsumen akan merasa nyaman dan puas. Oleh sebab itu, *privacy* sangat penting dalam pencapaian kepuasan konsumen khususnya di dunia *e-commerce*. Adapun tingkat *Privasi* (*Privacy*) yang ditawarkan oleh aplikasi PLN *Mobile* adalah mampu menjaga data pelanggan, identitas pribadi pelanggan berkaitan dengan id pelanggan, email dan no handphone saat melakukan transaksi melalui aplikasi, sehingga pelanggan merasa nyaman saat melakukan transaksi.

Responsive (Daya Tanggap) Kemampuan perusahaan untuk merespon keluhan konsumen jika ada masalah dan memberikan informasi secepatnya. Daya tanggap memiliki mekanisme untuk menangani pengembalian produk, dan menyediakan garansi online. PT PLN ULP Limboto dalam hal *Responsive* ini telah memberikan target kepada petugas pelayanan setiap pengaduan yang masuk lewat aplikasi PLN *Mobile* maksimal 25 menit

sudah direspon dan diselesaikan, namun selama ini masih ada beberapa pelanggan yang lama direspon dikarenakan jumlah pengaduan yang meningkat dan kurangnya personil petugas pelayanan sehingga ada beberapa pengaduan yang masuk harus menunggu untuk dapat dilayani. *Contact* (Kontak) Selain Aplikasi PLN Mobile, PT PLN (Persero) juga menyediakan fasilitas layanan berupa kontak Call Center 123.

Metode

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda yakni suatu analisis asosiasi yang digunakan secara bersamaan untuk meneliti pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel tergantung dengan skal interval.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + e$$

Dimana:

Y	= Kepuasan Pelanggan
a	= konstanta
b ₁ , b ₂ , b ₃ , b ₄ , b ₅ , b ₆ ,	= koefisien regresi
X ₁	= <i>Efficiency</i>
X ₂	= <i>Fullfilment</i>
X ₃	= <i>System Availability</i>
X ₄	= <i>Privacy</i>
X ₅	= <i>Responsivenes</i>
X ₆	= <i>Contact</i>
e	= <i>Error Term</i>

Hasil Dan Pembahasan

Uji normalitas data

Menurut Ali Mushon (2015:33) uji normalitas digunakan untuk mengetagui apakah data yang diperoleh berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel terikat dan variabel bebas memiliki distribusi normal. Dalam penelitian ini menggunakan uji *one sample* kolmogrov-smirnov, Dasar pengambilan keputusan jika nilai signifikan > 0,05 maka dapat dikatakan data berdistribusi normal.

Tabel 1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		55
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.40492025
Most Extreme Differences	Absolute	.192
	Positive	.132
	Negative	-.192
Test Statistic		.192
Asymp. Sig. (2-tailed)		.053 ^c

Sumber:(Data Diolah SPSS,2022)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai signifikansi 0,200 > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

Jadi berdasarkan hasil output spss dan ciri ciri scatterplot , dapat disimpulkan bahwa diatas data tersebut tidak terjadi gejala heterokedastisitas dimana tidak terdapat ciri-ciri yaitu : Titik titik dapat menyebar diatas atau dibawah. Titik titik tidak mengumpul hanya di atas atau dibawah saja. Penyebaran titik titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang. Penyebaran titik titik data tidak berpola.

Uji Regresi Linier Berganda

Uji ini dipakai guna melihat ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara serentak bisa diukur lewat persamaan regresi berganda.

Tabel 3. Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-5.935	2.275		-2.608	.012
Efficiency	.213	.155	.102	1.376	.175
Fullfilment	-.136	.093	-.120	-1.459	.151
1 System Availability	.263	.106	.235	2.471	.017
Privacy	-.022	.105	-.020	-.204	.839
Responsiveness	.644	.126	.548	5.116	.000
Contact	.323	.085	.296	3.812	.000

Sumber:(Data Dilah SPSS, 2022)

Berdasarkan tabel tersebut bisa didapat persamaan regresi dibawah ini:

$$Y = -5.935 + 0.102 - 0.120 + 0.235 - 0.020 - 0.548 + 0.296 + e$$

Pada persamaan regresi tersebut, Constant ialah sebanyak -5.935 dan nilai Signifikan variable X1,X2,X3,X4,X5,X6, > dari 0.05 artinya tidak terdapat perubahan secara signifikan pada table 3.

Uji T (parsial)

Uji ini dilaksanakan guna melihat apakah secara parsial variabel X1, X2, X3, X4, X5, dan X6 berpengaruh terhadap Y.

Tabel 4. Uji T

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-5.935	2.275		-2.608	.012
Efficiency	.213	.155	.102	1.376	.175
Fullfilment	-.136	.093	-.120	-1.459	.151
1 System Availability	.263	.106	.235	2.471	.017
Privacy	-.022	.105	-.020	-.204	.839
Responsiveness	.644	.126	.548	5.116	.000
Contact	.323	.085	.296	3.812	.000

Sumber:(Data Diolah SPSS, 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh hasil uji T, ialah: *Efficiency* tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan secara parsial. diketahui dari nilai t hitung (1.376) < dari t tabel (1,674) serta nilai signifikan 0.175 > 0,05 maka dapat dikatakan hipotesis **ditolak**. *Fulfillment* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan secara parsial, diketahui dari nilai t hitung (-1,459) < dari t tabel (1,674) serta nilai signifikan 0.151 > 0,05 maka dapat dikatakan hipotesis **ditolak**. *System Availability* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan secara parsial, diketahui dari nilai t hitung (2,471) > dari t tabel (1,674) serta nilai signifikan 0,017 > 0,05 maka dapat dikatakan hipotesis **ditolak**. *Privacy* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan secara parsial, diketahui dari nilai t hitung (-204) < dari t tabel (1,674) serta nilai signifikan 0,839 > 0,05 maka dapat dikatakan hipotesis **ditolak**. *Responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan secara parsial, diketahui dari nilai t hitung (5,116) > dari t tabel (1,674) serta nilai signifikan .0.000 < 0,05 maka dapat dikatakan hipotesis **diterima**. *Contact* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Secara parsial, diketahui dari nilai t hitung (3.812) > dari t tabel (1,674) serta nilai signifikan .0.00 < 0,05 maka dapat dikatakan hipotesis **diterima**.

Uji F (Simultan)

Uji ini dilaksanakan guna melihat apakah ada pengaruh yang signifikan antara x1,x2,x3,x4,x5,x6 terhadap variable Y.

Tabel 5. Uji F

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	686.797	6	114.466	51.549	.000 ^b
	Residual	106.585	48	2.221		
	Total	793.382	54			

Sumber:(Data Diolah SPSS, 2022)

Berdasarkan tabel di atas diketahui nilai signifikan untuk pengaruh X1, X2, X3 dan seterusnya X6 secara simultan terhadap y adalah sebesar 0,000 < 0,05 dan nilai f hitung 51,549 > f table 3,172, sehingga dapat disimpulkan bahwa Hipotesis diterima yang berarti terdapat pengaruh X1, X2, X3, X4, X5, dan X6 secara simultan terhadap Y.

Koefisien Determinasi (R) dan (R²)

Pengujian Ini Dalam Riset Ini Diawali Dengan Menjamin Keselarasan Model X1, X2, X3, X4, X5, Dan X6 Terhadap (Y). Ini Menemukan Nilai Korelasi Yang Dilambangkan Dengan (R Square).

Tabel 6. Uji Koefisien Determinasi R²

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.730 ^a	.566	.549	1.49014

Sumber:(Data Diolah SPSS, 2022)

Berdasarkan tabel 6 menunjukkan bahwa nilai R Square yang diperoleh sebesar 0,566 yang menunjukkan bahwa pengaruh Y dipengaruhi oleh variabel X1, X2, X3, X4, X5 dan X6 sebanyak 56,6 % dan sisannya 43,4 % dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini. Nilai R menunjukkan korelasi atau bisa dikatakan hubungan, yaitu 0,730 atau 73,0 % yang disebut dengan koefisien determinasi yang merupakan hasil penguadratan nilai R.

Pengaruh *Efficiency* terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian variabel *Efficiency* (X1) tidak berpengaruh positif serta tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) memperlihatkan bahwasanya t hitung sebanyak 1,377 dengan nilai signifikan serta 0,175 dan hasil uji regresi linier berganda memperlihatkan nilai koefisien sebanyak 0,102. Hal ini mungkin dikarenakan masih banyak pelanggan di Kabupaten Gorontalo yang belum paham dalam menggunakan Aplikasi PLN *Mobile*, sehingga masih ada beberapa pelanggan yang masih datang ke kantor untuk mencari informasi yang diperlukan.

Hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian terdahulu Supriyantini 2014, Pengaruh *Efficiency, Fulfillment, System Availability, Dan Privacy Terhadap Esatisfaction*. Dimana dikemukakan bahwa hasil penelitiannya *Efficiency* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Dijelaskan bahwa *efficiency* sangat penting dalam *eCommerce* karena kemudahan dan penghematan waktu umumnya dianggap sebagai alasan utama untuk belanja *online*.

Pengaruh *Fulfillment* terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian variabel *Fulfillment* (X2) tidak berpengaruh positif serta tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) memperlihatkan bahwasanya t hitung sebanyak -1,459 dengan nilai signifikan serta 0,151 dan hasil uji regresi linier berganda memperlihatkan nilai koefisien sebanyak -0,120. Hal ini mungkin dikarenakan masih banyak pelanggan di Kabupaten Gorontalo yang belum percaya dengan Aplikasi PLN *Mobile*, sehingga merasa tidak yakin terkait fitur yang ada di Aplikasi PLN *Mobile* dan lebih memilih datang langsung ke kantor untuk menemukan informasi dan layanan yang dibutuhkan.

Hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian terdahulu Supriyantini 2014, dengan judul Pengaruh *Efficiency, Fulfillment, System Availability, Dan Privacy Terhadap Esatisfaction*. Dimana dikemukakan bahwa hasil penelitian *Fulfillment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Dijelaskan bahwa *Fulfillment* merupakan faktor yang paling penting untuk penilaian kualitas sebuah bisnis *online* karena menepati janji layanan dan pemenuhan pesanan yang akurat adalah elemen dari kualitas pelayanan yang mengarah kepada kepuasan pelanggan atau ketidakpuasan.

Pengaruh *System Availability* terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian variabel *System Availability* (X3) berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) memperlihatkan bahwasanya t hitung sebanyak 2,471 dengan nilai signifikan serta 0,017 dan hasil uji regresi linier berganda memperlihatkan nilai koefisien sebanyak 0,235. Hal ini mungkin dikarenakan sistem pada Aplikasi PLN *Mobile* yang tidak bisa diakses menggunakan mode *offline* (tanpa jaringan internet), sehingga masih banyak pelanggan lebih memilih datang langsung ke kantor untuk menemukan informasi dan layanan yang dibutuhkan.

Hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian terdahulu Supriyantini 2014, Pengaruh *Efficiency, Fulfillment, System Availability, Dan Privacy Terhadap Esatisfaction*. Dimana dikemukakan bahwa hasil penelitiannya *System Availability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Dijelaskan bahwa Fungsi teknis yang benar dari situs meliputi waktu yang tepat bagi konsumen membeli dari sebuah bisnis online atau mereka hanya berselancar. Fungsi masalah seperti tombol tidak bekerja atau link yang hilang dapat menyebabkan pelanggan kecewa dan dapat menyebabkan pelanggan keluar. Akibatnya, perusahaan kehilangan kesempatan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan

Pengaruh *Privacy* terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian variabel *Privacy* (X4) tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) memperlihatkan bahwasanya t hitung sebanyak -0,204 dengan nilai signifikan serta 0,839 dan hasil uji regresi linier berganda memperlihatkan nilai koefisien sebanyak -0,220. Hal ini mungkin dikarenakan Aplikasi PLN *Mobile* belum memiliki sistem yang benar-benar menjamin dalam menjaga kerahasiaan identitas atau data diri pelanggan.

Hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian terdahulu Supriyantini 2014, Pengaruh *Efficiency, Fulfillment, System Availability, Dan Privacy Terhadap Esatisfaction*. Dimana dikemukakan bahwa hasil penelitiann *Privacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Dijelaskan bahwa sejauh mana situs tersebut aman dan melindungi informasi pelanggan. Banyak orang masih belum bersedia untuk membeli produk dari *internet* karena dari risiko yang berhubungan dengan penyalahgunaan informasi pribadi. *Privacy* telah terbukti sangat berpengaruh terhadap niat untuk membeli.

Pengaruh *Responsiveness* terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian variabel *Responsiveness* (X5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) memperlihatkan bahwasanya t hitung sebanyak 5,116 dengan nilai signifikan serta 0.000 dan hasil uji regresi linier berganda memperlihatkan nilai koefisien sebanyak 0,548.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa PT PLN (Persero) ULP Limboto dalam hal pelayanan, agar lebih ditingkatkan lagi terkait responsif terhadap pengaduan dan keluhan pelanggan. Hal ini dapat memberikan stigma negatif kepada pelanggan apabila pengaduan pelanggan yang dilakukan melalui Aplikasi PLN *Mobile* tidak ditanggapi secara cepat dan tepat. *Responsiveness* adalah suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan dengan cepat (responsif) dan tepat kepada konsumen, dan penyampaian informasi dengan jelas. Dengan membiarkan konsumen menunggu, merupakan persepsi yang negative terhadap kualitas pelayanan. (Parasuraman, 2015). Maka dari itu *responsiveness* (daya tanggap) yang diberikan oleh perusahaan dengan baik akan meningkatkan kepuasan yang dirasakan oleh konsumen.

Pengaruh *Contact* terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian bahwa variabel *Contact* (X6) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) memperlihatkan bahwasanya t hitung sebanyak 3,812 dengan nilai signifikan serta 0.000 dan hasil uji regresi linier berganda memperlihatkan nilai koefisien sebanyak 0,596.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *contact* memiliki peran penting dalam hal pelayanan PLN. Karena selain Aplikasi PLN *Mobile*, *contact* juga dapat membantu pelanggan terhubung langsung dengan operator *contact center*. Dengan adanya *contact center* ini dapat memudahkan pelanggan menemukan informasi yang dibutuhkan. *Contact* adalah bagaimana sebuah web dapat menyediakan fitur layanan yang memberikan pelanggan (pengguna) untuk berinteraksi dengan pengguna lain (parasuraman, 2015). Dengan adanya fitur ini, memudahkan pelanggan dalam mendapatkan informasi mengenai produk yang akan dibelinya dari penjual maupun pembeli lainnya.

Pengaruh *E-Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan (bersama-sama) antara *E-Service Quality* terhadap Kepuasan pelanggan sebagai pengguna Aplikasi PLN *Mobile*. Hal ini menunjukkan bahwa dimensi *E-Service Quality* berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan karena dapat memudahkan pelanggan dalam melakukan pembayaran listrik, pembelian token, dan pengaduan gangguan dengan menggunakan aplikasi PLN *Mobile*, tanpa harus datang ke kantor namun bisa dilakukan dirumah atau dimana saja.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dan analisis data sebagaimana telah dijelaskan pada bab sebelumnya, berikut ini disampaikan kesimpulan dari hasil penelitian sebagai berikut : *Efficiency* tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan dalam penggunaan Aplikasi PLN *Mobile* terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT PLN (Persero) ULP Limboto. *Fulfillment* tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan dalam penggunaan Aplikasi PLN *Mobile* terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT PLN (Persero) ULP Limboto. *System Availability* berpengaruh positif dan tidak signifikan dalam penggunaan Aplikasi PLN *Mobile* terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT PLN (Persero) ULP Limboto. *Privacy* tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan dalam penggunaan Aplikasi PLN *Mobile* terhadap

Kepuasan Pelanggan pada PT PLN (Persero) ULP Limboto. *Responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan dalam penggunaan Aplikasi PLN *Mobile* terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT PLN (Persero) ULP Limboto. *Contact* berpengaruh positif dan signifikan dalam penggunaan Aplikasi PLN *Mobile* terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT PLN (Persero) ULP Limboto. *E-Service Quality* secara simultan (bersama-sama) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan sebagai pengguna Aplikasi PLN *Mobile* pada PT PLN (Persero) ULP Limboto.

Daftar Pustaka

- Anita Tobagus, *Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction Pada Pengguna Di Situs Tokopedia*. Agora Vol. 6, No. 1, (2018) 1-10.
- Candrianto. 2021. *Kepuasan Pelanggan Suatu Pengantar*. Malang. CV. Literasi Nusantara Abadi
- Cheranti, Puspa Chairunisa dan Setyorini Retno. 2017. *Pengaruh E-Service Quality terhadap Kepuasan Pelanggan sebagai Pengguna Aplikasi PLN Mobile*. Jurnal Pendidikan. Bandung: Universitas Telkom
- Hidayati, Ika Rahma dan Susanti Nanis. 2018. *Pengaruh Kepercayaan Pelanggan, Kualitas Pelayanan Elektronik, dan Promosi pada Aplikasi PLN Mobile terhadap Kepuasan Pelanggan PT. PLN Distribusi Jawa Timur di Surabaya*. Jurnal Ekonomi Manajemen. 3 (2). 75-104
- IDTesis.Com. 2018. *Teori Lengkap tentang Electronic Service Quality menurut Para Ahli dan Contoh Tesis Electronic Service Quality*. [https://idtesis.com/teori-lengkap-tentang-electronic-service-quality-menurut-para-ahli-dan-contoh-tesis-electronic-service-quality.01 Oktober 2021. 21:20](https://idtesis.com/teori-lengkap-tentang-electronic-service-quality-menurut-para-ahli-dan-contoh-tesis-electronic-service-quality.01%20Oktober%202021.21:20)
- Indrawati, Ayu Desi. 2013. *Pengaruh Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Karyawan dan Kepuasan Pelanggan pada Rumah Sakit Swasta di Kota Denpasar*. Jurnal Manajemen Strategi Bisnis, dan Kewirausahaan. 7 (2). 135-142
- Jonathan, Hanzel. 2013. *Analisis Pengaruh E-Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Yang Berdampak Pada Customer Loyalty Pt Bayu Buana Travel Tbk*. Journal The Winners. 14 (2). 104-112
- Pasha, Auji. 2021. *Kenali 9 Fitur PLN Mobile hingga Cara Laporkan Gangguan Listrik Online*. [https://www.cermati.com/artikel/kenali-9-fitur-pln-mobile-hingga-cara-lapor-gangguan-listrik-online.01 Oktober 2021. 21:34](https://www.cermati.com/artikel/kenali-9-fitur-pln-mobile-hingga-cara-lapor-gangguan-listrik-online.01%20Oktober%202021.21:34)
- Prasetyo, Ari. 2012. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan*. Management Analysis Journal. 1 (4).
- Rahmatika, Sarah dan Madiawati Putu Nina. 2020. *Pengaruh E-Service Quality dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening PLN Mobile*. E-Proceeding of Management. 7 (1), 1289-1303.
- Rinjani, Dewi. 2019. *Pengaruh E-Service Quality terhadap Kepuasan Pelanggan*. Skripsi. Medan: Universitas Sumatra Utara.
- Santoso, Agung Budi. 2021. *Cara Menghitung Tingkat Kepuasan Pelanggan*. <https://agungbudisantoso.com/cara-menghitung-tingkat-kepuasan-pelanggan/>. 09 Oktober 2021. 17:05.
- Sembiring, Inka Janita (dkk). 2014. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan McDonald's MT.Haryono Malang)*. Jurnal Administrasi Bisnis. 15 (1).
- Supriyantini, S. (2014). *Pengaruh Efficiency, Fulfillment, System Availability, Dan Privacy Terhadap Esatisfaction (Survei Pada Nasabah PT. Danareksa Sekuritas Cabang Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang)* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Yuliana, Sintia (dkk). 2019. *Peran Kualitas Pelayanan dengan Aplikasi PLN Mobile dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Journal Of Management and Bussines. 1 (2). 256-364. <https://doi.org/10.31539/jomb.v1i2.698>.