

**PENGARUH E-SERVICE QUALITY
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
(STUDI PADA PT PLN (PERSERO) ULP PEKALONGAN KOTA)**

Riyanti, Danang Satrio
Universitas Pekalongan
riri_jasmine@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Efficiency*, *Reliability*, *Fulfillment* dan *Privacy* terhadap kepuasan. populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna aplikasi PLN mobile. sampel penelitian sebanyak 30 orang responden. alat analisis dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa *efficiency* (X_1), *Reliability* (X_2), *Fullfilment* (X_3) dan *Privacy* (X_4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci : E-Service Quality, PLN Mobile dan Kepuasan

ABSTRACT

This research aims to determine and analyze the influence of Efficiency, Reliability, Fulfillment and Privacy on satisfaction. The population in this study were all PLN mobile application users. The research sample was 30 respondents. The analytical tool in this research uses multiple linear regression. Based on the results of hypothesis testing, it is known that Efficiency (X1), Reliability (X2), Fullfillment (X3) and Privacy (X4) have a positive and significant effect on customer satisfaction

Keywords : *Electronic Service Quality, PLN Mobile and Satisfaction*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang sangat cepat menyebabkan perusahaan harus mampu melayani pelanggan secara digital, hal ini dikarenakan penggunaan teknologi informasi ini memberikan kemudahan bagi pelanggan, selain itu teknologi informasi faktanya mampu menciptakan efisiensi dan efektifitas bagi perusahaan dalam melayani pelanggan. Untuk menjawab permasalahan tersebut PT PLN (Persero) meluncurkan aplikasi PLN Mobile guna meningkatkan pelayanan kepada pelanggan.

Salah satu inovasi yang diciptakan oleh PT PLN (Persero) yaitu PLN Mobile sebagai upaya PLN untuk lebih meningkatkan pelayanan dan komunikasi dengan para pelanggan. PLN Mobile adalah suatu aplikasi Mobile customer self service berbasis Android yang terintegrasi dengan Aplikasi Pengaduan dan Keluhan Terpadu (APKT) dan Aplikasi Pelayanan Pelanggan Terpusat (AP2T), dengan PLN Mobile ini pelanggan maupun calon pelanggan lebih mudah mendapatkan informasi tentang tagihan listrik, termasuk mendapatkan informasi pemadaman maupun informasi lainnya yang berkaitan dengan layanan PLN kepada masyarakat. Selain itu pelanggan juga dapat dengan mudah menyampaikan keluhan atas gangguan kelistrikan yang terjadi.

Aplikasi PLN Mobile ini merupakan pelengkap layanan dan aplikasi dari layanan PLN sebelumnya seperti contact center 123, facebook, twitter dan web PLN. Adapun fitur – fitur dari PLN Mobile adalah Cek tagihan dan riwayat token, Permohonan Pasang Baru / Perubahan Daya / Penyambungan Sementara, Cek status pengaduan dan

permohonan, Informasi tarif listrik terkini, Berita terkini dari PLN, Informasi pemeliharaan listrik, Telepon Contact Center dan beberapa info terkait Promo – promo di PLN Mobile.

Berdasarkan penelusuran peneliti pada google play store diketahui bahwa masih terdapat beberapa keluhan terkait pelayanan di lapangan maupun keluhan terhadap aplikasi PLN Mobile, melihat masih adanya keluhan pelanggan ini menunjukkan pelanggan PLN masih kurang puas dengan pelayanan PLN. Padahal apabila dilihat dari segi bentuk PT. PLN (Persero) merupakan sebuah perusahaan dan satu – satunya di Indonesia yang bergerak dalam bidang kelistrikan yang seharusnya lebih memiliki peluang dalam menarik loyalitas pelanggan akan penggunaan listrik untuk kebutuhannya.

Salah satu cara untuk meningkatkan kepuasan pelanggan adalah dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan electronic (*e service quality*). *E-Service Quality* atau yang juga dikenal sebagai *e-servqual* merupakan bagian dari *service quality (servqual)* atau kualitas pelayanan. *E-service quality* sebagai suatu kemampuan yang dimiliki aplikasi mobile untuk memfasilitasi pembelian, pembelian, dan pengiriman produk serta layanan yang efisien dan efektif. *E-service quality* atau kualitas pelayanan elektronik adalah keseluruhan persepsi dan pengalaman pelanggan dari tiga tingkatan dasar *service, customer oriented services*, dan *value added services*. [1]. Dimensi dari *e-servqual* terdiri dari 4 dimensi yaitu *efficiency, reliability, fulfillment, dan privacy*.

Dimensi *Efisiensi* ditandai dengan kemudahan dan kecepatan pada saat mengakses aplikasi. *Efficiency* merupakan dimensi yang memiliki fungsi memudahkan pengguna aplikasi dalam menggunakan aplikasi tersebut seperti memberikan kemudahan dalam melakukan pencarian di situs atau aplikasi dan juga kecepatan akses. Dimensi ini sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan [2]. Dimensi *Reliability* berkenaan dengan fungsionalitas teknis situs bersangkutan, khususnya sejauh mana aplikasi. Dimensi *reliability* ini dapat menumbuhkan persepsi pelanggan yang positif terhadap kualitas layanan yang diberikan. Hal ini termasuk jika terjadi kegagalan atau keterlambatan pelayanan produk/jasa atau hal lainnya. Maka dari itu dimensi ini juga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan [2]. Dimensi *Fulfillment* merupakan dimensi yang memudahkan pelanggan dalam melakukan transaksi pembayaran atau melakukan transaksi lainnya. Ketersediaan produk sesuai dengan yang tertera. Produk yang diterima sesuai dengan produk yang dipesan. Dimensi ini juga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan [2]. *Privacy* merupakan dimensi yang memiliki fungsi memberikan rasa aman kepada pelanggan seperti data pribadi pelanggan maupun ketika pelanggan melakukan transaksi. Dimensi ini juga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang menggunakan aplikasi. [2].

Penelitian sebelumnya mengenai pengaruh kualitas pelayanan elektronik atau *e servqul* terhadap kepuasan menghasilkan kesimpulan berbeda – beda atau dapat dikatakan terjadi riset gap antara satu peneliti dengan peneliti lain. Berikut peneliti sajikan ringkasan hasil penelitian sebelumnya pada tabel 1 :

Tabel 1. 1 Riset Gap

No	Research Gap	Peneliti / Tahun	Hasil Penelitian
1.	Efficiency	Ekowati et al (2018)	Efficiency berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan
		Hayani dan Sukari (2022)	Efficiency berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan
2.	Reliability	Widayanti et al, (2023) Ekowati et al (2018)	Reliability berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan
		Komharudin et al (2021)	Reliability berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan
3.	Fulfillment	Ekowati et al (2018)	Fulfillment berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan
		Komharudin et al (2021)	Fulfillment berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan
4	Privacy	Ekowati et al (2018)	Privacy berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan
		Utami, (2017)	Privacy berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan

Sumber : Jurnal

Melihat adanya fenomena dan riset gap pada pemaparan diatas, maka peneliti ingin melakukan penelitian lanjutan mengenai Pengaruh E-Service Quality Melalui Aplikasi PLN Mobile Terhadap Kepuasan Pelanggan PLN ULP Pekalongan Kota. Artikel ilmiah ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Efficiency terhadap kepuasan pelanggan, mengetahui dan menganalisis pengaruh Reliability terhadap kepuasan pelanggan, mengetahui dan menganalisis pengaruh Fulfillment terhadap kepuasan pelanggan, dan mengetahui dan menganalisis pengaruh Privacy terhadap kepuasan pelanggan.

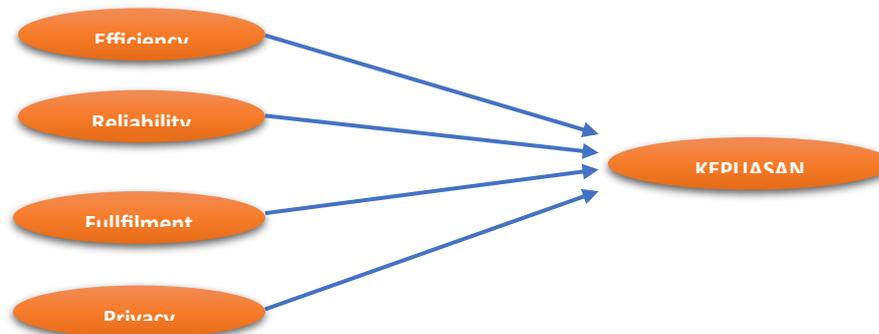
Kepuasan

Kepuasan atau *satisfaction* adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan suatu kinerja ataupun hasil yang dirasakan terhadap produk atau layanan berdasarkan ekspektasi [9]. Perusahaan perlu secara khusus memperhatikan tingkat kepuasan pelanggan mereka, karena dengan adanya internet memungkinkan pelanggan akan dengan cepat menyebarkan kata-kata baik ataupun buruk dari mulut ke mulut di seluruh dunia. Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan sebagai respon terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dipersepsikan antara harapan awal sebelum pembelian dan kinerja aktual produk yang dipersepsikan setelah pemakaian[8]. Pada dasarnya suatu kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan atas suatu produk atau layanan akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya. Hal tersebut ditunjukkan pelanggan setelah proses pembelian terjadi, apabila mereka merasa puas maka mereka akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk menggunakan kembali produk tersebut dan merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain.

E Service Quality

E-Service Quality merupakan teori yang dikembangkan dari *service quality* atau kualitas layanan yang diberikan maupun dilakukan pada jaringan internet. Kualitas layanan adalah salah satu kekuatan utama yang mendorong untuk keberlanjutan suatu bisnis dan sebuah keunggulan kompetitif pada perusahaan [10]. *E Service Quality* sebagai evaluasi dan penilaian secara menyeluruh dari pelanggan mengenai sebuah keunggulan dan kualitas yang disampaikan melalui internet. Selain itu, E-Service Quality secara luas adalah sejauh mana suatu web dapat memfasilitasi kegiatan belanja atau transaksi yang efisien dan efektif. [10]. Terdapat faktor penentu untuk mengukur kualitas layanan elektronik. Faktor penentu tersebut terdiri dari beberapa dimensi yaitu **Efficiency** Kemampuan dalam memberikan layanan kepada pelanggan untuk mengakses website, mencari produk dan informasi yang dibutuhkan yang berkaitan dengan produk atau perusahaan dengan mudah dan cepat. [3], **Reliability** Adalah berkenaan dengan fungsionalitas teknis situs bersangkutan, khususnya sejauh mana aplikasi tersebut tersedia dan berfungsi sebagaimana mestinya[11], **Fulfillment** Mencakup akurasi janji layanan, kelancaran transaksi dan customer service yang responsive [11]. **Privacy** merupakan Jaminan bahwa data pelanggan tidak akan diberikan kepada pihak lain manapun dan bahwa informasi kartu kredit (alat pembayaran) pelanggan terjamin keamanannya[11].

E-Service Quality dikembangkan untuk mengevaluasi suatu pelayanan yang diberikan pada jaringan Internet. *E-Service Quality* didefinisikan sebagai perluasan dari kemampuan suatu situs untuk memfasilitasi kegiatan belanja, pembelian, dan distribusi secara efektif dan efisien (Chase, Jacobs, & Aquilano, 2006). Berdasarkan Ho dan Lee (2007). Dengan perusahaan memberikan *E-Service Quality* tersebut diharapkan dapat meningkatkan kepuasan dalam pelayanan kepada pelanggan. Berikut ini gambaran kerangka berpikir atau *conceptual framework* pada penelitian ini :



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini menggunakan variabel independen diantaranya *efficiency*, *Reliability*, *Fullfiment* dan *Privacy*. dan untuk variabel dependen pada penelitian ini adalah Kepuasan sehingga dapat disampaikan hipotesis yang diperoleh pada penelitian ini adalah:

- H1 : *Efficiency* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan
- H2 : *Reliability* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan
- H3 : *Fullfilment* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan
- H4 : *Privacy* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan

METODE

Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian korelasional, yang akan menguji keterkaitan antar variabel baik dalam bentuk hubungan maupun pengaruh.

Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna aplikasi PLN Mobile di Kota Pekalongan. Namun karena Artikel Ilmiah ini merupakan mini riset maka peneliti mengambil sampel dalam jumlah minimal yaitu 30 orang. Pengambilan sampel menggunakan convenience sampling. Convenience Sampling didefinisikan sebagai metode yang diadopsi oleh peneliti di mana mereka mengumpulkan data riset pasar dari kumpulan responden yang tersedia. Ini adalah teknik pengambilan sampel yang paling umum digunakan karena sangat cepat, tidak rumit, dan ekonomis. Dalam banyak kasus, anggota mudah didekati untuk menjadi bagian dari sampel.[12]

Jenis dan Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut [13] data primer mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti. Alat pengumpulan data dalam penelitian ini adalah Kuesioner. Kuesioner adalah alat pengumpulan daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya yang akan responden jawab, biasanya dalam alternatif yang didefinisikan dengan jelas [13]

Dalam melakukan pengumpulan data penulis menggunakan metode kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya [13] Data yang diperoleh lewat penggunaan kuesioner adalah data yang dikategorikan sebagai data faktual. Penilaian atas responden menggunakan skala Likert dan menghasilkan pengukuran variabel dalam skala interval yaitu.

Untuk jawaban STS diberi skor = 1

Untuk jawaban TS diberi skor = 2

Untuk jawaban N diberi skor = 3

Untuk jawaban S diberi skor = 4

Untuk jawaban SS diberi skor = 5

Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini terdiri dari

1. Uji Validitas dan Reliabilitas
2. Uji Asumsi Klasik (Normalitas, Multikolinearitas, dan Heteroskedastisitas)
3. Uji Kesesuaian Model
4. Persamaan regresi linier Berganda
5. Pengujian Hipotesis (Uji t)
6. Koefisien Determinasi

HASIL

Uji Validitas

Ringkasan hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel 1

Tabel 9
Uji Validitas

No	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
1	X1 1	0,7962	0,361	Valid
2	X1 2	0,8588	0,361	Valid
3	X1 3	0,8257	0,361	Valid
4	X2 1	0,7506	0,361	Valid
5	X2 2	0,7511	0,361	Valid
6	X2 3	0,7417	0,361	Valid
7	X3 1	0,8160	0,361	Valid
8	X3 2	0,8505	0,361	Valid
9	X3 3	0,8396	0,361	Valid
10	X4 1	0,8282	0,361	Valid
11	X4 2	0,7919	0,361	Valid
12	X4 3	0,8902	0,361	Valid
13	Y1	0,8170	0,361	Valid
14	Y2	0,7927	0,361	Valid
15	Y3	0,8851	0,361	Valid
16	Y4	0,9378	0,361	Valid

Sumber : Data Primer Yang diolah

Berdasarkan tabel 1 diketahui bahwa seluruh item pernyataan kuesioner dinyatakan valid karena nilai r hitung lebih besar dari r tabel.

Uji Reliabilitas

Ringkasan hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel 2

Tabel 10
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach Alpha	Kriteria	Keterangan
1	<i>Efficiency</i>	0.767	> 0.60	Reliabel
2	<i>Reliability</i>	0.606	> 0.60	Reliabel
3	<i>Fullfilment</i>	0.774	> 0.60	Reliabel
4	<i>Privacy</i>	0.785	> 0.60	Reliabel
5	Kepuasan	0.879	> 0.60	> 0.60

Sumber : Data Primer Yang diolah

Berdasarkan tabel 2 diketahui bahwa seluruh item pernyataan kuesioner dinyatakan reliabel karena nilai cronbach alpha > 0.60.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Hasil Uji normalitas dapat dilihat pada tabel 3

Tabel 11
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	,02445865
Most Extreme Differences	Absolute	,107
	Positive	,077
	Negative	-,107
Kolmogorov-Smirnov Z		,586
Asymp. Sig. (2-tailed)		,883

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Data Primer Yang diolah

Berdasarkan tabel 3 diketahui bahwa data dalam penelitian berdistribusi normal karena nilai signifikansi uji kolmogorov smirnov lebih dari 0.05

Uji Multikolinieritas

Hasil Uji Multikolinearitas dapat dilihat pada tabel 4

Tabel 12
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
X1	,199	5,018
1 X2	,549	1,821
X3	,180	5,560
X4	,184	5,428

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Primer Yang diolah

Berdasarkan tabel 4 diketahui bahwa data dalam penelitian ini tidak mengalami gangguan multikolinieritas karena nilai tolerance seluruh variabel bebas lebih dari 0.10 dan nilai VIF nya kurang dari 10.

Uji Heteroskedastisitas

Hasil Uji Heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel 5

Tabel 13
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,035	,021		1,695	,102
1 X1	,095	,050	,737	1,891	,070
X2	-,018	,035	-,120	-,513	,613
X3	-.001	,066	-.005	-.022	,982
X4	,032	,053	,249	,615	,544

a. Dependent Variable: abs_res

Sumber : Data Primer Yang diolah

Berdasarkan tabel 5 diketahui bahwa data penelitian tidak mengalami gangguan heteroskedastisitas karena nilai signifikansi uji glejser seluruh variabel bebas lebih dari 0.05

Uji Kecocokan Model

Uji kecocokan model dapat dilihat pada hasil uji F. Jika nilai uji F < 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel penelitian memenuhi syarat kecocokan model. Hasil uji kecocokan model dapat dilihat pada tabel 6

Tabel 14
Hasil Uji Kecocokan Model
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	,355	4	,089	127,767	,000 ^b
Residual	,017	25	,001		
Total	,372	29			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X4, X2, X1, X3

Sumber : Data Primer Yang diolah

Berdasarkan tabel 6 diketahui bahwa data dalam penelitian ini memenuhi syarat kecocokan model karena nilai signifikansi uji F kurang dari 0.05 (0.000<0.05)

Analisis Regresi Linier Berganda

Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 7

Tabel 15
Persamaan Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-,048	,038		-1,250	,223
1 X1	,276	,094	,285	2,941	,007
X2	,155	,065	,139	2,390	,025
X3	,307	,096	,327	3,211	,004
X4	,301	,098	,309	3,069	,005

Sumber : Data Primer Yang diolah

Berdasarkan tabel 7 diketahui persamaan regresi linier berganda sebagai berikut.

$$Y = -0.048 + 0.276X_1 + 0.155X_2 + 0.307X_3 + 0.301X_4$$

Dari persamaan tersebut diketahui koefisien regresi untuk variabel *efficiency* (X_1), *Reliability* (X_2), *Fullfilment* (X_3) dan *Privacy* (X_4) bernilai positif, hal ini menunjukkan bahwa ketika variabel bebas mengalami peningkatan maka akan menyebabkan kenaikan variabel terikatnya yaitu kepuasan.

KOEFISIEN DETERMINASI (R^2)

Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 8

Tabel 16
Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,976 ^a	,953	,946	,02634

a. Predictors: (Constant), X4, X2, X1, X3

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Primer Yang diolah

Berdasarkan tabel 8 diketahui bahwa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat sebesar 0.953 atau 95.3%, sedangkan 4.7% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini

PENGUJIAN HIPOTESIS (UJI t)

Hasil Uji hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Pengaruh *efficiency* (X_1) terhadap Kepuasan

Berdasarkan tabel 7 diketahui bahwa nilai signifikansi uji t untuk variabel *efficiency* (X_1) sebesar 0.007. Karena nilai signifikansi variabel *efficiency* < 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa *efficiency* berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan

Pengaruh *reliability*(X_2) terhadap Kepuasan

Berdasarkan tabel 7 diketahui bahwa nilai signifikansi uji t untuk variabel *reliability* (X_2) sebesar 0.025. Karena nilai signifikansi variabel *reliability* < 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa *reliability* berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan

Pengaruh *Fullfilmen* (X_3) terhadap Kepuasan

Berdasarkan tabel 7 diketahui bahwa nilai signifikansi uji t untuk variabel *Fullfilmen* (X_3) sebesar 0.004. Karena nilai signifikansi variabel *Fullfilmen* (X_3) < 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa *Fullfilmen* (X_3) berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan

Pengaruh *Privacy* (X_4) terhadap Kepuasan

Berdasarkan tabel 7 diketahui bahwa nilai signifikansi uji t untuk variabel *Privacy* (X_4) sebesar 0.007. Karena nilai signifikansi variabel *Privacy* (X_4) < 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa *Privacy* (X_4) berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan.

PEMBAHASAN

Pengaruh *efficiency* (X_1) terhadap Kepuasan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa *efficiency* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan. Hal ini dikarenakan nilai signifikansi kurang dari 0.05 ($0.007 < 0.05$). Hal ini mengindikasikan bahwa efisiensi dalam menggunakan layanan PLN Mobile cukup kuat untuk mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Dimensi *Efisiensi* ditandai dengan kemudahan dan kecepatan pada saat mengakses aplikasi. *Efficiency* merupakan dimensi yang memiliki fungsi memudahkan pengguna aplikasi dalam menggunakan aplikasi tersebut seperti memberikan kemudahan dalam melakukan pencarian di situs atau aplikasi dan juga kecepatan akses. Dimensi ini sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan [2].

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ekowati et al (2018) yang berjudul Analisis Kualitas Layanan Website Erafone terhadap Kepuasan Pelanggan menggunakan E-S-Qual dan E-Recs- Qual menyimpulkan bahwa *efficiency* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan.

Pengaruh *reliability*(X_2) terhadap Kepuasan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa *reliability* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan. Hal ini dikarenakan nilai signifikansi kurang dari 0.05 ($0.025 < 0.05$).

Dimensi *Reliability* berkenaan dengan fungsionalitas teknis situs bersangkutan, khususnya sejauh mana aplikasi. Dimensi *reliability* ini dapat menumbuhkan persepsi pelanggan yang positif terhadap kualitas layanan yang diberikan. Hal ini termasuk jika terjadi kegagalan atau keterlambatan pengantaran produk atau hal lainnya. Maka dari itu dimensi ini juga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan [2].

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Widayanti et al, (2023) yang berjudul Pengaruh Kualitas E-Service terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna E-commerce Shopee dan Ekowati et al (2018) yang berjudul Analisis Kualitas Layanan Website Erafone terhadap Kepuasan Pelanggan menggunakan E-S-Qual dan E-Recs- Qual menyimpulkan bahwa *efficiency* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan.

Pengaruh *Fullfilment* (X₃) terhadap Kepuasan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa *fullfilment* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan. Hal ini dikarenakan nilai signifikansi kurang dari 0.05 ($0.004 < 0.05$). Pemenuhan (*Fulfillment*) secara signifikan memengaruhi kepuasan pelanggan (*Satisfaction*) sehingga individu menganggap kualitas layanan transaksi online melalui PLN Mobile memberikan kepuasan baginya. Dimensi *Fulfillment* merupakan Ketepatan janji layanan mengenai ketersediaan dan pengiriman produk terpenuhi. Ketersediaan produk sesuai dengan yang tertera. Produk yang diterima sesuai dengan produk yang dipesan. *Fulfillment* merupakan dimensi yang memudahkan pelanggan dalam melakukan transaksi pembayaran atau melakukan transaksi lainnya. Dimensi ini juga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan [2].

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ekowati et al (2018) yang berjudul Analisis Kualitas Layanan Website Erafone terhadap Kepuasan Pelanggan menggunakan E-S-Qual dan E-Recs- Qual dan menyimpulkan bahwa *fullfilment* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan.

Pengaruh *Privacy* (X₄) terhadap Kepuasan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa *privacy* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan. Hal ini dikarenakan nilai signifikansi kurang dari 0.05 ($0.007 < 0.05$).

Privacy merupakan dimensi yang memiliki fungsi memberikan rasa aman kepada pelanggan seperti data pribadi pelanggan maupun ketika pelanggan melakukan transaksi. Dimensi ini juga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang menggunakan aplikasi. [2].

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ekowati et al (2018) yang berjudul Analisis Kualitas Layanan Website Erafone terhadap Kepuasan Pelanggan menggunakan E-S-Qual dan E-Recs- Qual menyimpulkan bahwa *privacy* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa ke empat dimensi e service quality yaitu *efficiency* (X₁), *Reliability* (X₂), *Fullfilment* (X₃) dan *Privacy* (X₄) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, hal ini berarti setiap peningkatan dimensi kualitas pelayanan elektronik mampu meningkatkan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu saran dari penelitian ini adalah bagi pihak PLN untuk terus meningkatkan kemampuan aplikasi PLN mobile sehingga dapat memuaskan keinginan pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] N. Hidayati and K. . Heryanda, “Pengaruh e-service quality dan harga terhadap kepuasan pelanggan Netflix,” *Bisma J. Manaj.*, vol. 8, no. 1, pp. 1–7, 2022.
- [2] A. A. S. Maharani, I. P. A. Swastika, and N. L. P. N. S. P. Astawa, “Analisis Kualitas Pelayanan Elektronik (E- SERVQUAL): Berfokus pada Website ZuBlu,” *Kumpul. Artik. Mhs. Pendidik. Tek. Inform. Vol. 12, Nomor 1, Tahun 2023*, vol. 12, pp. 86–94, 2023.
- [3] N. S. Ekowati, A. Kusyanti, and R. I. Rokhmawati, “Analisis Kualitas Layanan Website Erafone terhadap Kepuasan Pelanggan menggunakan E-S-Qual dan E-Recs- Qual,” *J. Pengemb. Teknol. Inf. dan Ilmu Komput. Univ. Brawijaya*, vol. 65, no. 2, pp. 529–546, 2018.
- [4] N. Hayani and S. Alsukri, “Dimensi E-Servqual dan Dampaknya Terhadap E-Satisfaction Layanan Mobile Banking,” *J. Ilm. Ekon. Islam*, vol. 7, no. 2, pp. 679–686, 2021, doi: 10.29040/jiei.v7i2.2275.
- [5] D. A. Widayanti, S. Rahayu, and Hariyanti, “Pengaruh Kualitas E-Service terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna E-commerce Shopee,” *Kompeten J. Ilm. Ekon. dan Bisnis Vol. 2 No. 1, Juli 2023 352-366*, vol. 2, no. 1, pp. 89–90, 2023.
- [6] K. Komharudin, A. Firman, and D. Nurapipah, “Analisis Kualitas Pelayanan Melalui Metode E-Servqual Untuk Mengetahui Kepuasan Konsumen E-Commerce Shopee Pada Masyarakat Kota Sukabumi,” *Fair Value J. Ilm. Akunt. dan Keuang.*, vol. 4, no. 2, pp. 464–474, 2021, doi: 10.32670/fairvalue.v4i2.643.
- [7] Utami, “Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik Pada Loyalitas Elektronik (Kepuasan Elektronik Sebagai Variabel Mediasi Dan Kepercayaan Yang Dirasakan Sebagai Variabel Moderasi),” *J. Menara Ekon. Penelit. dan Kaji. Ilm. Bid. Ekon. 3(6)*, 2017.
- [8] F. Tjiptono and A. Diana, *Pemsaran “Esensi dan Aplikasi” Edisi 1*. Yogyakarta: Andi Offset, 2016.
- [9] M. D. D. Akhmadi and E. Martini, “Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Aplikasi Ovo,” *J. Mitra Manaj.*, vol. 4, no. 5, pp. 708–720, 2020, doi: 10.52160/ejmm.v4i5.385.
- [10] W. Puriwat and S. Tripopsakul, “Theimpact Of E-Service Quality On Customer Satisfaction And Loyalty In Mobile Banking Usage: Case Study Of Thailand,” *Publ. J. Manag. Stud. 183-193*, 2017.
- [11] A. Budiman, E. Yulianto, and M. Saifi, “Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction Dan E- Loyalty Nasabah Pengguna Mandiri Online,” *Profit*, vol. 14, no. 01, pp. 1–11, 2020, doi: 10.21776/ub.profit.2020.014.01.1.
- [12] Sugiyono, “Populasi Dan Sampel Penelitian,” no. April 1952, pp. 100–108, 2017.
- [13] Sugiyono, “Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.,” *Bandung : Alfa Beta*. p. 143, 2016.