

The Effect Of E-Service Quality And E-Trust On Customer Satisfaction In PLN Mobile Application Users In The Rajapolah Customer Service Unit Area

Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap Customer Satisfaction Pada Pengguna Aplikasi PLN Mobile Di Wilayah Unit Layanan Pelanggan Rajapolah

Neng Lulu ^{1)*}; Arga Sutrisna ²⁾; Titin Patimah ³⁾

^{1,2,3)} Study Program Of management, Faculty Of Economic and Business, Universitas Perjuangan Tasikmalaya

Email: ¹⁾ luluwramadhany01@gmail.com; ²⁾ argasutrisna@unper.ac.id; ³⁾ titinpatimah@unper.ac.id

How to Cite :

Lulu, N., Sutrisna, P, S., Wibawa, R, G. (2024). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap Customer Satisfaction Pada Pengguna Aplikasi PLN Mobile Di Wilayah Unit Layanan Pelanggan Rajapolah. JURNAL EMBA, 1 (2). DOI:

ARTICLE HISTORY

Received [2 September 2024]

Revised [3 Oktober 2024]

Accepted [5 Oktober 2024]

KEYWORDS

E-Service Quality, E-Trust, Customer Satisfaction

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh e-service quality dan e-trust terhadap customer satisfaction pada pengguna aplikasi pln mobile di wilayah ULP Rajapolah. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, dengan teknik pengambilan sampel yaitu non-probability sampling, dengan total 100 responden. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode survei menggunakan kuesioner yang disebarakan ke responden secara online melalui google form. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda yang diolah menggunakan SPSS 25. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel e-service quality berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap customer satisfaction, variabel e-trust juga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap customer satisfaction. Secara simultan e-service quality dan e-trust berpengaruh positif dan signifikan terhadap customer satisfaction pengguna aplikasi PLN Mobile di wilayah Unit Layanan Pelanggan Rajapolah.

ABSTRACT

The aim of this research is to determine the effect of e-service quality and e-trust on customer satisfaction among PLN mobile application users in the ULP Rajapolah area. The type of research used is quantitative research, with a sampling technique, namely non-probability sampling, with a total of 100 respondents. The data collection method in this research is a survey method using a questionnaire distributed to respondents online via google form. The data analysis technique in this research uses multiple linear regression analysis which is processed using SPSS 25. The results of this research show that the e-service quality variable has a positive and significant effect on customer satisfaction, the

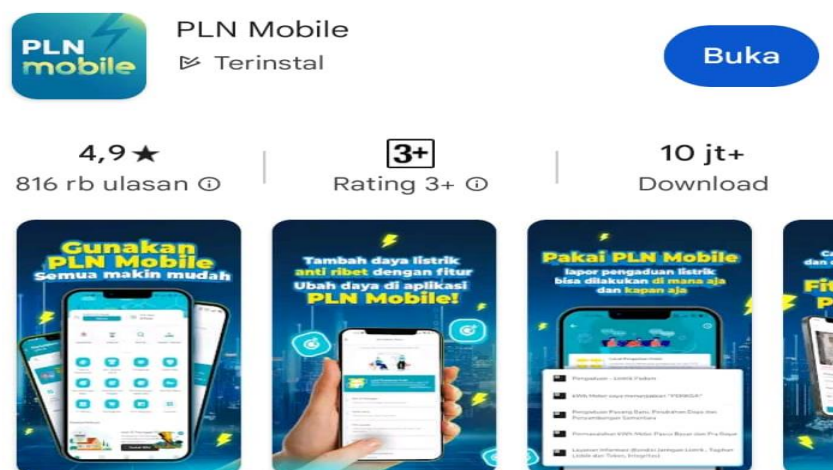
e-trust variable also has a positive and significant effect on customer satisfaction. Simultaneously, e-service quality and e-trust have a positive and significant effect on customer satisfaction of PLN Mobile application users in the ULP Rajapolah area.

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan zaman, perkembangan teknologi informasi berkembang dengan cukup pesat dengan seiring berjalannya waktu, lebih dari setengah jumlah penduduk khususnya di Indonesia telah menggunakan jaringan internet. perkembangan teknologi internet mampu mengambil peranan yang sangat penting untuk mempermudah dan membantu manusia dalam melakukan berbagai kegiatan kehidupan karena semua informasi dapat diakses dengan mudah dan cepat dengan menggunakan internet. Dengan mengikuti perkembangan zaman, perusahaan menyediakan pelayanan tidak hanya menggunakan sistem konvensional, melainkan perlu juga sistem pelayanan elektronik (e-service quality). E-service quality yang juga disebut E-servQual adalah versi terbaru dari E-service quality. E-servQual dikembangkan untuk mengevaluasi suatu pelayanan yang diberikan pada jaringan internet. E-service quality didefinisikan sebagai perluasan dari kemampuan suatu situs untuk memfasilitasi kegiatan perbelanjaan atau pembelian, dan distribusi secara efektif dan efisien. Salah satu perusahaan yang menerapkan inovasi layanan yang berbasis online adalah perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) PT.PLN (persero). PT.PLN membuat layanan berupa aplikasi bernama PLN Mobile.

PLN Mobile merupakan sinergi layanan PLN kepada pelanggan setelah sebelumnya memanfaatkan pengaduannya melalui Contact Center 123, Facebook, Twitter, instagram dan Web. Melalui aplikasi PLN Mobile, pelanggan dapat mengetahui berbagai informasi mulai dari tagihan rekening listrik, transaksi token, riwayat pemakaian kwh listrik, lokasi pembayaran melalui banking terdekat serta informasi status dan progres permohonan dan pengaduan. Dengan adanya layanan aplikasi ini khususnya bagi pelanggan PLN diharapkan dapat mendukung perbaikan tata keola pengaduan dan keluhan pelanggan menjadi lebih maksimal. Selain itu aplikasi ini juga memberikan informasi kepada pelanggan terkait status-status pekerjaan PT.PLN (persero). PLN Mobile menjanjikan pelanggan mendapatkan informasi cepat, tepat dan akurat. (sumber: website PT. PLN).

Gambar 1 Jumlah Pengunduh Aplikasi PLN Mobile



Sinergi layanan PLN kepada pelanggan melalui aplikasi berbasis mobile

Sumber: Google Play Store (2024)

Berdasarkan data yang ada pada google play tahun 2023, aplikasi PLN Mobile telah di download lebih dari 10 juta kali dan memiliki rating 4,9. Pada google play juga tercatat 816.694 review pengguna di kolom komentar PLN Mobile review pengguna (Google Play Store 2024). Menu utama dari aplikasi PLN Mobile yang pertama yaitu Kelistrikan, yang dimana dapat melakukan pasang baru dan pilih variasi daya hingga pilihan prabayar atau pascabayar, pelanggan juga bisa coba fitur ubah daya untuk tambah daya agar listrik tidak konslet, selain itu jika pelanggan akan mengadakan acara besar di rumah bisa mengajukan penyambungan sementara melalui PLN Mobile. Yang kedua yaitu Internet, dengan pesatnya perkembangan teknologi mempengaruhi berbagai berbagai aspek kehidupan manusia yang semakin bergantung pada Internet. Kualitas dan kecepatan yang terus bertambah menjadi kebutuhan baik di rumah, kantor, dan banyak tempat lainnya membuat PLN memberikan layanan terbaik untuk pelanggan. Yang ketiga yaitu Perbaikan, memudahkan pelanggan dalam memenuhi kebutuhan instalasi listrik di rumah, kantor, atau gedung ketika mengalami gangguan. pelanggan akan mendapatkan notifikasi work order dan dapat melakukan Tracking status order. Petugas PLN akan datang sesuai jadwal, melakukan pengecekan dan setelah selesai, pelanggan dapat melakukan approval pekerjaan dan melakukan pembayaran. Yang keempat yaitu SPKLU, jika pelanggan memiliki kendaraan Listrik, untuk ngisi dayanya bisa melalui Aplikasi PLN Mobile. Nama tempatnya SPKLU atau Stasiun Pengisian Kendaraan Listrik Umum. Untuk mengetahui lokasi isi daya kendaraan listrik pelanggan, bisa cek fitur Charge.In di PLN Mobile. Pelanggan akan menemukan lokasi SPKLU terdekat yang ada di sekitar lokasi pelanggan. Dengan adanya aplikasi PLN Mobile, diharapkan PLN mampu menjangkau pelanggan di seluruh Indonesia dengan mempermudah layanan dalam penambahan daya listrik.

PT. PLN (Persero) Unit Layanan Pelanggan Rajapolah merupakan cabang PLN di UP3 Tasikmalaya yang meliputi area pelayanan jaringan Rajapolah, area pelayanan jaringan Kota Tasikmalaya, area pelayanan jaringan Singaparna, area pelayanan jaringan Pangandaran, area pelayanan jaringan Ciamis, dan area pelayanan jaringan Banjar. Dari setiap area pelayanan jaringan terdiri dari beberapa unit atau rayon, salah satunya ULP (Unit Layanan Pelanggan Rajapolah) yang berada di bawah area pelayanan jaringan UP3 Tasikmalaya. Unit Layanan Pelanggan Rajapolah merupakan unit pelaksanaan layanan untuk pelanggan disekitar wilayah Rajapolah yang meliputi KP Rajapolah, KP Ciawi, KP Panumbangan, KP Pager Ageung, KP Panjalu dan KP Sindanglaya. Dalam kegiatan operasionalnya, PLN Unit Layanan Pelanggan Rajapolah selalu melayani pelanggan dan menerima berbagai laporan pengaduan pelanggan. Hal ini didukung oleh data laporan pengaduan pelanggan berikut ini.

Tabel 1 Laporan pengaduan pelanggan PT. PLN (Persero) Unit Layanan Pelanggan Rajapolah Tahun 2023

Bulan	Call Center 123	PLN Mobile	Total Pengaduan
Januari	44	299	343
Februari	27	354	381
Maret	41	361	402
April	33	356	389
Mei	41	295	336
Juni	36	310	346
Juli	36	309	345
Agustus	28	306	334
September	41	311	352
Oktober	44	332	376
November	34	303	337
Desember	40	303	343

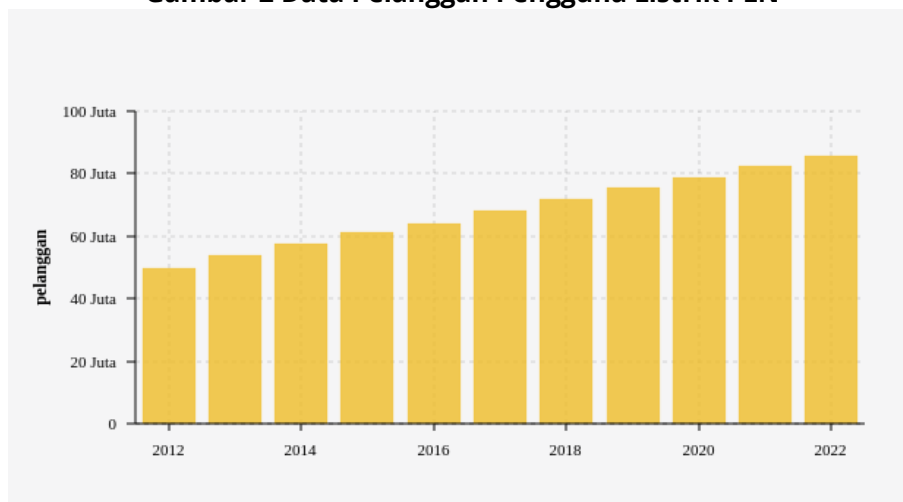
Sumber: PT. PLN (Persero) Unit Layanan Pelanggan Rajapolah (2023)

Berdasarkan Tabel mengenai laporan pengaduan yang diterima PT. PLN (Persero) Unit Layanan Pelanggan Rajapolah melalui Call Center PLN 123 dan PLN Mobile tahun 2023, terlihat bahwa pelanggan lebih banyak melakukan pengaduan pada PLN Mobile, dan total laporan pengaduan terbanyak terjadi pada bulan Maret dengan total pengaduan sebanyak 402 laporan pengaduan. Sedangkan jumlah terkecil laporan pengaduan terjadi pada bulan agustus dengan jumlah 334 laporan pengaduan.

Berdasarkan data tersebut terlihat perbedaan yang sangat jauh antara kedua media layanan elektronik milik PLN dan terlihat bahwa masih banyak masyarakat yang menggunakan Aplikasi PLN Mobile sebagai pilihan utama sebagai media untuk mendapatkan pelayanan dari PLN Unit Layanan Pelanggan Rajapolah.

Fakta-fakta tersebut tentunya menjadi tantangan bagi PLN Unit Layanan Pelanggan Rajapolah untuk memberikan pelayanan yang baik, cepat, praktis dan terpercaya sehingga dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan. Apakah kualitas pelayanan elektronik yang diberikan oleh PLN belum sepenuhnya maksimal dan memenuhi kebutuhan serta keinginan pelanggan sehingga pelanggan merasa tidak puas atau apakah tingkat kepercayaan elektronik pelanggan pada aplikasi PLN Mobile masih belum maksimal dikarenakan aplikasi tersebut terbilang masih baru sehingga pelanggan belum yakin terhadap kemampuan dan manfaat aplikasi tersebut dapat membantu pelanggan dalam memenuhi kebutuhan energi listrik.

Gambar 2 Data Pelanggan Pengguna Listrik PLN



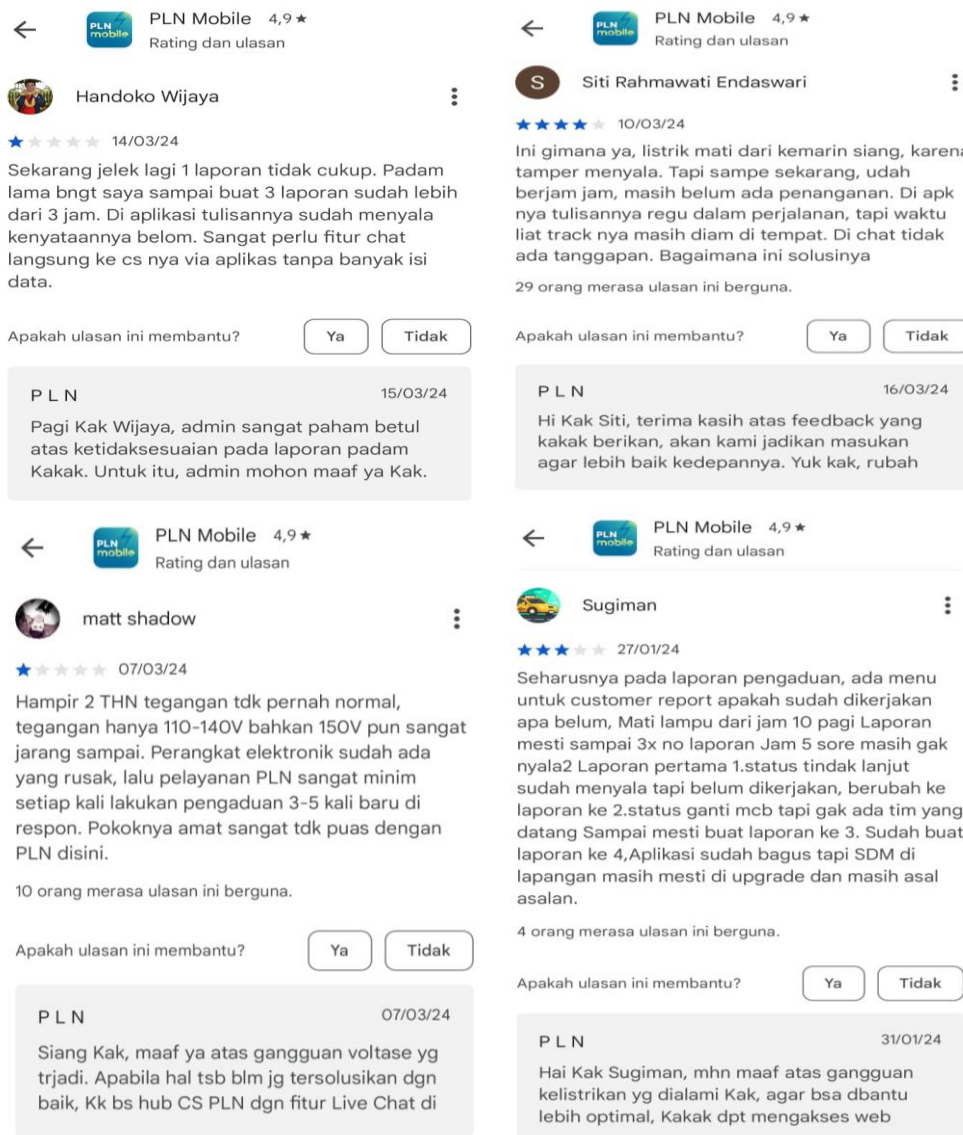
Sumber: Databoks Kata Dana (2023)

Dalam data diatas jumlah pelanggan [Perusahaan Listrik Negara \(PLN\)](#) tumbuh pesat dalam satu dekade terakhir. Menurut laporan Statistik PLN 2022, pada akhir tahun lalu mereka memiliki sekitar 85,6 juta pelanggan, meningkat 3,75% dibanding 2021 (year-on-year/yoy). Jika dibandingkan dengan sepuluh tahun sebelumnya, jumlah pelanggan PLN pada 2022 sudah tumbuh sekitar 72% dengan rincian seperti terlihat pada grafik. Pertumbuhan pelanggan ini tentunya diiringi dengan peningkatan penjualan listrik dan laba perusahaan.

Sepanjang 2022 penjualan listrik PLN meningkat 6,3% (yoy) menjadi 273,8 terrawatt-hour (TWh). Laba PLN tahun buku 2022 juga naik 9,4% (yoy) menjadi Rp14,4 triliun, rekor laba terbesar mereka sepanjang sejarah. Menurut Direktur Utama PLN Darmawan Prasodjo, pencapaian itu berhasil diraih berkat penataan di seluruh proses bisnis PLN, termasuk mengubah kultur organisasi dari bureaucratic like menjadi business like.

Dan menurut prediksi bahwa tiap tahunnya akan mengalami kenaikan. Mengingat listrik sangat dibutuhkan pada era modern saat ini dan persaingan semakin ketat maka kepuasan pelanggan dapat dicapai dengan pelayanan yang terus berkembang tentunya agar Perusahaan mampu bersaing harus memiliki kualitas dan meningkatkan kreativitas serta inovasi.

Gambar 3 Tanggapan Pengguna Aplikasi PLN Mobile



Sumber: Google Play Store (2024)

Dilihat dari gambar diatas terdapat beberapa komentar buruk terhadap pelayanan yang diberikan oleh aplikasi PLN Mobile yang dimana Perusahaan kurang memperhatikan kualitas pelayanan dalam menjalankan tugasnya, terdapat komentar negatife pada aplikasi tersebut. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan masih kurang, mengarah kepada pegawainya yang kurang cepat tanggap dalam memberikan pelayanan ketika pelanggan melakukan pengaduan kendala listrik. Berdasarkan hasil survei awal yang telah dilakukan penulis mengenai tanggapan responden terhadap aplikasi PLN Mobile terlihat bahwa masih banyaknya keluhan dan komplain mengenai kinerja aplikasi ini. Hasil dari pra survei yang dilakukan didapatkan bahwa sejauh ini aplikasi PLN Mobile tidak memuat halaman dengan cepat, kinerja aplikasi belum sesuai dengan yang diharapkan, penanganan masalah belum ditanggapi secara cepat dan aplikasi belum mudah digunakan. Mengenai tampilan, aplikasi PLN Mobile memiliki tampilan aplikasi yang menarik dan mengenai keamanan, aplikasi PLN Mobile sudah cukup menjaga keamanan data-data pelanggan. Hal itu menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan PLN Mobile belum sepenuhnya maksimal dan memenuhi kebutuhan serta keinginan para pengguna aktif PLN Mobile sesuai standar pelayanan yang diuraikan dalam beberapa teori para ahli. Dengan adanya situasi tersebut

maka peneliti bermaksud meneliti lebih lanjut untuk mengetahui seberapa besar pengaruh e-service quality terhadap customer satisfaction pada aplikasi PLN Mobile.

Berdasarkan hasil survei melalui review pelanggan pada aplikasi PLN Mobile di google play store, kepercayaan pelanggan terhadap aplikasi PLN Mobile masih kurang, dikarenakan masih banyaknya keluhan dan komentar negatife pada aplikasi tersebut, keluhan tersebut berupa aplikasi sering tiba-tiba force close (tutup paksa), sering keluar sendiri, system error dan respon pengaduan kurang cepat. Keluhan tersebut menyebabkan pelanggan kurang percaya terhadap kinerja aplikasi PLN Mobile.

LANDASAN TEORI

E-Service Quality (Kualitas Pelayanan Elektronik)

E-Service Quality adalah landasan utama untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan. Dalam hal ini Perusahaan dapat dikatakan baik jika mampu menyediakan barang atau jasa sesuai dengan keinginan pelanggan. E-Service Quality dan E-Trust akan sangat berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Namun, terkadang ada juga pelayanan yang tidak sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen. Pelayanan ini dikatakan buruk, jika perusahaan dirasa tidak dapat memenuhi keinginan konsumen, baik melalui produk maupun melalui pelayanan perusahaan. Menurut Fandy Tjiptono dalam Indrasari (2019:61) "E-Service Quality adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan". Menurut Alma (2019:4) Menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan syarat kelangsungan hidup perusahaan, tingginya kualitas yang diberikan akan mencerminkan pada aspek kepuasan para pelanggan". Menurut Kotler dan Armstrong dalam Indrasari (2019:61) Mendefinisikan bahwa Kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung". Dari berbagai definisi diatas, maka disimpulkan E-Service Quality merupakan suatu hal dalam produk maupun jasa yang tidak dapat dilihat namun dapat dirasakan. E-Service Quality dipengaruhi sangat erat terhadap persepsi dan harapan dari pelanggan.

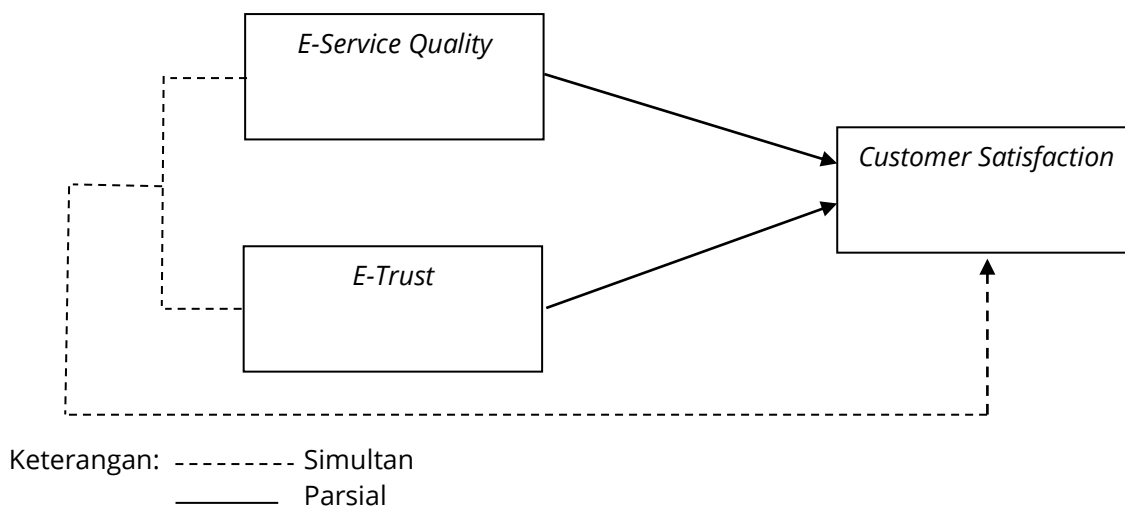
E-Trust (Kepercayaan Elektronik)

Menurut Kotler dan Armstrong (2018:173) "Menyatakan bahwa E-Trust adalah gagasan deskriptif yang dimiliki seseorang tentang sesuatu. E-Trust adalah gagasan deskriptif klien tentang sesuatu. Mereka didasarkan pada informasi factual, pendapat atau keyakinan dan dapat diisi atau terkandung secara emosional. E-Trust didefinisikan sebagai kemungkinan subjektif, bahwa pelanggan akan mengharapkan penjual menyelesaikan transaksi berdasarkan harapan dan kepercayaan pelanggan". "Sehubungan dengan kepercayaan online, E-Trust merupakan kepercayaan pelanggan terhadap Perusahaan sebagai titik awal untuk melakukan kontrak online. Kepercayaan pelanggan adalah kunci terpenting, karena transaksi dilakukan secara online, penjual dan pembeli hanya dapat bertransaksi secara tidak langsung. Kemudian, kepercayaan didefinisikan sebagai kemauan pelanggan untuk menemukan apa yang diinginkan dalam hubungan bertransaksi. Keyakinan pelanggan bahwa hubungan mereka akan mencapai apa yang diharapkan dan dapat dipercaya dikenal sebagai E-Trust (Hanifati dan Samiono 2018:40)". Liani dan Yusuf (2021:141) "Mendefinisikan bahwa E-Trust sebagai kepercayaan pelanggan pada Perusahaan yang menawarkan produk atau layanan online yang dapat mereka percayai dan andalkan janjinya sesuai dengan harapan pelanggan yang terpenuhi". Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa E-Trust merupakan kepercayaan dan harapan pelanggan terhadap kejujuran dan integritas yang ditawarkan oleh Perusahaan.

Customer Satisfaction (Kepuasan Pelanggan)

Membangun sebuah bisnis dengan jangka panjang untuk memberikan keuntungan dan keberhasilan merupakan suatu hal yang diharapkan para pengusaha. Namun ada beberapa faktor pendukung penting seperti modal, karyawan dengan skill terbaik dan tentunya tak lepas dari konsumen atau pelanggan. Kepuasan pelanggan sangat penting untuk membangun bisnis lebih maju untuk meningkatkan keuntungan bagi perusahaan. Kali ini kita akan membahas secara detail Kepuasan pelanggan. Menurut Park dalam (Irawan 2021:54) "Kepuasan pelanggan adalah suatu perasaan pelanggan sebagai respon terhadap produk barang atau jasa yang telah dikonsumsi". Menurut Riyanto (2018:118) "Kepuasan pelanggan adalah perbandingan kualitas layanan yang dialami pelanggan, yang diharapkan pelanggan apabila kualitas yang dialami oleh pelanggan lebih rendah yang diharapkan, maka akan terjadi ketidakpuasan". Menurut Tjiptono (2019:353) "kepuasan pelanggan merupakan situasi yang ditunjukkan oleh pelanggan ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik". Berdasarkan pendapat tersebut maka dapat disimpulkan secara singkat arti kepuasan pelanggan adalah suatu hal yang dicari atau dibutuhkan konsumen untuk memenuhi kebutuhan yang dibutuhkan seperti suatu barang atau jasa. Mempunyai produk atau jasa yang terbaik, berkualitas merupakan incaran pelanggan. Karena semakin baik kualitas produk atau jasa ini akan berperan penting untuk menarik konsumen yang berpeluang berkemungkinan besar pelanggan akan percaya dengan membutuhkan perusahaan (Loyalitas). Oleh sebab itu, kepuasan pelanggan hingga saat ini telah menjadi bagian integral dalam visi, misi, tujuan, positioning statement dan berbagai hal lainnya dalam sebuah perusahaan yang dibahas secara lengkap pada buku Kepuasan Pelanggan, Konsep, Pengukuran, dan Strategi. Dalam penelitian ini terdapat paradigma penelitian yang disajikan sebagai berikut:

Gambar 4 Paradigma Penelitian



METODE PENELITIAN

Metode

Metode diperlukan agar tujuan penelitian dapat tercapai sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan, untuk memperoleh hasil yang baik harus digunakan metode penelitian yang tepat. Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapat data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2019:2). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Metode kuantitatif menurut Sugiyono (2019:16-17), adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah digunakan. Adapun penelitian

ini merupakan penelitian deskriptif analitis dengan pendekatan survei. Metode deskriptif menurut Sugiyono (2019:64), adalah suatu rumusan masalah yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih. Sedangkan metode survey menurut Sugiyono (2019:11), adalah penelitian yang dilakukan dengan menggunakan angket sebagai alat penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian relatif, distribusi, dan hubungan antar variabel, sosiologis maupun psikologis.

Alat Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat yang ditunjukkan oleh koefisien regresi. Menurut Riduwan (2020:253), formulasi dan analisis regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Dimana:

- Y = Proses Customer Satisfaction
- a = Konstanta
- b_1, b_2, n = Koefisien garis regresi
- X_1 = E-Service Quality
- X_2 = E-Trust
- e = Error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Pada penelitian ini responden yang digunakan merupakan pelanggan PT. PLN (Persero) pengguna aplikasi PLN Mobile yang berada di wilayah Unit Layanan Pelanggan Rajapolah dengan random dan tidak diketahui secara pasti, pada teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam pada penelitian ini, yaitu dengan Teknik nonprobability sampling atau disebut dengan kata lain sebagai teknik yang digunakan tanpa memberikan peluang dan kesempatan yang sama bagi setiap unsur. Selain teknik itu pada penelitian ini juga menggunakan Teknik accidental sampling yang berdasarkan pada siapa saja yang dianggap bisa menjadi sumber data. Berdasarkan pada hasil penentuan sampel tersebut, terbentuk sampel pada penelitian berjumlah 100 responden dan berkenan untuk mengisi kuesioner yang sudah disebar oleh peneliti, sehingga membentuk dan memberikan hasil yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

Uji Validitas

Tabel 2 Hasil Uji Validitas

Pernyataan	Variabel X_1 (E-Service Quality)			
	Rhitung	Perbandingan	Rtabel	Keterangan
X1.1	0.408	>	0,1654	Valid
X1.2	0.564	>	0,1654	Valid
X1.3	0.647	>	0,1654	Valid
X1.4	0.705	>	0,1654	Valid
X1.5	0.587	>	0,1654	Valid
X1.6	0.597	>	0,1654	Valid
X1.7	0.750	>	0,1654	Valid
X1.8	0.528	>	0,1654	Valid
X1.9	0.475	>	0,1654	Valid
X1.10	0.515	>	0,1654	Valid
X1.11	0.522	>	0,1654	Valid

X1.12	0.536	>	0,1654	Valid
X1.13	0.629	>	0,1654	Valid
X1.14	0.606	>	0,1654	Valid
Variabel X ₂ (E-Trust)				
Pernyataan	Rhitung	Perbandingan	Rtabel	Keterangan
X2.1	0.674	>	0,1654	Valid
X2.2	0.712	>	0,1654	Valid
X2.3	0.638	>	0,1654	Valid
X2.4	0.673	>	0,1654	Valid
X2.5	0.696	>	0,1654	Valid
X2.6	0.736	>	0,1654	Valid
X2.7	0.791	>	0,1654	Valid
X2.8	0.696	>	0,1654	Valid

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa semua pernyataan untuk variabel E-Service Quality, E-Trust dan Customer Satisfaction nilai r_{hitung} nya lebih besar dari $r_{tabel} = 0,1654$ maka dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dapat dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach' Alpha	Taraf Cronbach' Alpha	Keterangan
E-Service Quality (X ₁)	0.846	0.60	Reliabel
E-Trust (X ₂)	0.850	0.60	Reliabel
Customer Satisfaction (Y)	0.885	0.60	Reliabel

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa pernyataan untuk variabel E-Service Quality, E-Trust dan Customer Satisfaction nilai Cronbach's alpha nya lebih besar dari nilai taraf Cronbach's alpha (0.60) sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dinyatakan reliabel. Artinya suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban responden terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Masruroh, 2022:42).

Uji Normalitas

Tabel 4 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residu	
N	Normal Parameters ^{a,b}		
	Mean	.0000	
	Std. Deviation	3.20265	
Most Extreme Differences	Absolute		
	Positive		
	Negative	-	
Test Statistic			
Asymp. Sig. (2-tailed)		.009	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.009	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	
		Upper Bound	

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2024

Berdasarkan Tabel asymp.sig (2-tailed) menunjukkan nilai $0,009 < 0,1$. Dari hasil tersebut data tidak berdistribusi normal, sehingga penelitian ini menggunakan opsi lain yaitu dengan metode Monte Carlo. Setelah melakukan uji normalitas dengan model Monte Carlo sig. (2-tailed) nilai

menunjukkan $0,213 > 0,1$, sehingga dapat disimpulkan bahwa residual atau data penelitian berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 5 Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.504	4.088		1.102	.273		
X1	.271	.085	.227	3.187	.002	.591	1.691
X2	1.118	.117	.678	9.520	.000	.591	1.691

a. Dependent Variable: Y

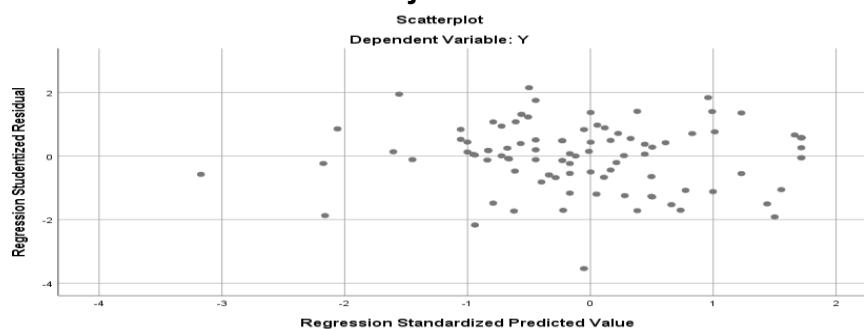
Sumber: Hasil Pengolahan Data 2024

Dasar Keputusan untuk mengetahui Multikolinieritas dapat dideteksi dari besarnya nilai Variance Inflation Factor (VIF) dengan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance, apabila nilai VIF kurang dari 10 dan tolerance lebih dari 0,1 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas dan sebaliknya jika nilai VIF lebih dari 10 dan tolerance kurang dari 0,1 maka terjadi multikolinieritas.

- Nilai tolerance variabel E-Service Quality (X_1) 0.591 Dan E-Trust (X_2) 0.591 maka juga bisa disimpulkan nilai tolerance $> 0,1$.
- Nilai VIF variabel E-Service Quality (X_1) 1,691 Dan E-Trust (X_2) 1,691 maka juga bisa disimpulkan nilai VIF < 10 .

Uji Heteroskedastisitas

Gambar 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Hasil Pengolahan Data 2024

Berdasarkan dari Gambar diatas dapat dilihat dan dapat disimpulkan tidak terjadi heeroskedastisitas, hal ini dikarenakan titik-titik data menyebar, titik data tidak berbentuk pola, titik tidak berkumpul dalam satu titik dan tidak membentuk suatu gelombang di atas dan di bawah angka 0.

Uji Autokorelasi

Tabel 6 Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.842 ^a	.709	.703	3.23550	1.960

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2024

Berdasarkan pada hasil uji autokorelasi diatas nilai dari Durbin Watson pada penelitian ini yaitu 1,960 dengan menyimbolkan bahwa nilai tersebut merupakan $-2 < 1,960 < 2$ atau nilai DU berada pada tengah-tengah diantara -2 dan 2 yang memberikan arti bahwa tidak ada autokorelasi.

Pembahasan

Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Secara Simultan Terhadap Customer Satisfaction Pada Pengguna Aplikasi PLN Mobile Di Wilayah Unit Layanan Pelanggan Rajapolah

Tabel 7 Koefisien Regresi

Model	Coefficients ^a									
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Beta	Zero-order	Partial	Part	Tolerance
1 (Constant)	4.504	4.088		1.102	.273					
X1	.271	.085	.227	3.187	.002	.661	.308	.175	.591	1.691
X2	1.118	.117	.678	9.520	.000	.824	.695	.522	.591	1.691

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2024

Berdasarkan pada table hasil uji regresi linear berganda diatas, dapat dilihat mendapatkan hasil perolehan sebagai berikut:

$$Y = 4,504 + 0,271X_1 + 1,118X_2 + e$$

Keterangan:

1. Nilai dari α (Konstanta) yaitu 4,504 yang berarti keadaan saat variabel Customer Satisfaction belum dipengaruhi oleh variabel lain atau variabel E-Service Quality maupun variabel E-Trust. Jika variabel lain tidak berubah maka variabel Customer Satisfaction bernilai 4,504..
2. Koefisien regresi E-Service Quality (b_1) sebesar 0,271 yang menunjukkan bahwa variabel E-Service Quality memiliki pengaruh positif terhadap variabel Customer Satisfaction yang berarti setiap kenaikan 1 satuan variabel E-Service Quality maka akan meningkat variabel Customer Satisfaction. Dengan catatan variabel lain tetap atau konstan, apabila E-Service Quality mengalami peningkatan maka Customer Satisfaction akan meningkat.
3. Koefisien regresi E-Trust (b_2) sebesar 1,118 yang menunjukkan bahwa variabel E-Trust memiliki pengaruh positif terhadap variabel Customer Satisfaction yang berarti setiap kenaikan 1 satuan variabel E-Trust maka akan meningkat variabel Customer Satisfaction. Dengan catatan variabel lain tetap atau konstan, apabila E-Trust mengalami peningkatan maka variabel Customer Satisfaction akan meningkat.
4. Nilai $e = 4,088$ menunjukkan kesalahan baku estimasi.

Tabel 8 Hasil Korelasi Dan Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.842 ^a	.709	.703	3.23550

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2024

Adapun hasil perhitungan IBM SPSS versi 25 mengenai koefisien korelasi (r) pada tabel yang diperoleh yaitu 0,842 yang berarti jika di interpretasikan nilai ini masuk pada tingkat hubungan sangat kuat. Artinya terdapat hubungan yang sangat kuat antara variabel E-Service Quality (X_1) dan E-Trust (X_2) terhadap Customer Satisfaction (Y).

Berdasarkan Tabel terdapat hasil koefisien determinasi dengan nilai R Squar (R^2) yaitu 0,709 atau 70,9%. Jadi dapat disimpulkan bahwa besarnya pengaruh dari variabel E-Service Quality (X_1) dan E-Trust (X_2) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap Customer Satisfaction (Y) sebesar 70,9% sedangkan sisanya 29,1% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Selanjutnya diperoleh hasil uji hipotesis dengan uji signifikansi (Simultan) dengan uji Anova sebagai berikut:

Tabel 9 ANOVA (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2470.749	2	1235.375	118.009	.000 ^b
	Residual	1015.441	97	10.468		
	Total	3486.190	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2024

Dari perhitungan SPSS diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari $\alpha = 0,1$. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi untuk pengaruh E-Service Quality (X_1) dan E-Trust (X_2) terhadap Customer Satisfaction (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,1$. Hal ini membuktikan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya pengaruh E-Service Quality (X_1) dan E-Trust (X_2) secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Customer Satisfaction Aplikasi PLN Mobile di wilayah Unit Layanan Pelanggan Rajapolah. Hal tersebut berarti dalam penelitian ini menunjukkan bahwa E-Service Quality (X_1) dan E-Trust (X_2) secara bersama-sama dapat menyebabkan perubahan pada hasil pelanggan pengguna Aplikasi PLN Mobile kearah yang lebih baik lagi sehingga terjadinya peningkatan kepuasan pelanggan.

Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Secara Parsial Terhadap Customer Satisfaction Pada Pengguna Aplikasi PLN Mobile Di Wilayah Unit Layanan Pelanggan Rajapolah

Tabel 10 Hasil Uji Parsial

Coefficients ^a									
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	
1	(Constant)	4.504	4.088		1.102	.273			
	X1	.271	.085	.227	3.187	.002	.661	.308	.175
	X2	1.118	.117	.678	9.520	.000	.824	.695	.522

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2024

Untuk mengetahui Tingkat signifikansi pengaruh E-Service Quality secara parsial terhadap Customer Satisfaction dapat dilihat dengan cara membandingkan nilai t hitung dan t tabel. Hasil perhitungan E-Trust mempunyai nilai probabilitas sebesar $0,002 < 0,1$ dan $3,187 > 1,654$. dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima, maka dapat disimpulkan bahwa E-Service Quality berpengaruh positif signifikan terhadap Customer Satisfaction. Jika E-Service Quality yang diterapkan oleh Perusahaan baik maka akan meningkatkan Customer Satisfaction pada pengguna aplikasi PLN Mobile di wilayah Unit Layanan Pelanggan Rajapolah, begitu juga sebaliknya.

Untuk mengetahui Tingkat signifikansi pengaruh e-trust secara parsial terhadap Customer Satisfaction dapat dilihat dengan cara membandingkan nilai t hitung dan t table. Hasil perhitungan

E-Trust mempunyai nilai probabilitas sebesar $0,000 < 0,1$ dan $9,520 > 1,654$. dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima, maka dapat disimpulkan bahwa E-Trust berpengaruh positif signifikan terhadap Customer Satisfaction. Jika E-Trust yang diterapkan oleh Perusahaan baik maka akan meningkatkan Customer Satisfaction pada pengguna aplikasi PLN Mobile di wilayah Unit Layanan Pelanggan Rajapolah, begitu juga sebaliknya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. E-Service Quality pada aplikasi PLN Mobile di wilayah Unit Layanan Pelanggan Rajapolah berada pada klasifikasi sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa E-Service Quality pada aplikasi PLN Mobile di wilayah Unit Layanan Pelanggan Rajapolah sudah sesuai dengan tuntutan pekerjaan yang diminta oleh Perusahaan. Selanjutnya E-Trust pada aplikasi PLN Mobile di wilayah Unit Layanan Pelanggan Rajapolah berada pada klasifikasi sangat tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa E-Trust pada aplikasi PLN Mobile di wilayah Unit Layanan Pelanggan Rajapolah sudah terjalin. Serta Customer Satisfaction pada aplikasi PLN Mobile di wilayah Unit Layanan Pelanggan Rajapolah berdasarkan hasil tanggapan dari responden berada pada klasifikasi sangat tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum aplikasi PLN Mobile di wilayah Unit Layanan Pelanggan Rajapolah memiliki Customer Satisfaction yang sangat tinggi pada pelanggan jika ditinjau dari E-Service Quality dan E-Trust yang ditawarkan.
2. E-Service Quality dan E-Trust secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Customer Satisfaction di wilayah Unit Layanan Pelanggan Rajapolah. Hal ini berarti semakin baik E-Service Quality dan E-Trust yang diberikan maka akan semakin tinggi juga Customer Satisfaction pada pelanggan.
3. E-Service Quality secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Customer Satisfaction pada aplikasi PLN Mobile di wilayah Unit Layanan Pelanggan Rajapolah. Hal ini berarti semakin baik E-Service Quality maka Customer Satisfaction pun akan tinggi.
4. E-Trust secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Customer Satisfaction pada aplikasi PLN Mobile di wilayah Unit Layanan Pelanggan Rajapolah. Hal ini berarti semakin baik e-tust maka akan meningkatkan Customer Satisfaction.

Saran

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan, maka saran yang bisa diberikan peneliti adalah:

1. Dari variabel E-Service Quality terdapat skor terendah pada pernyataan "Aplikasi PLN Mobile memberikan kompensasi terhadap permasalahan yang dihadapi pelanggan". Sehingga disarankan agar PT. PLN (Persro) Unit Layanan Pelanggan Rajapolah memberikan kompensasi pada pelanggan jika pelanggan mendapatkan masalah ketika sedang melakukan pengaduan pada Aplikasi PLN Mobile, kompensasi tersebut berupa tanggung jawab penuh dan penyelesaian masalah yang dialami oleh pelanggan diselesaikan dengan cepat dan sesuai dengan standar operasional Perusahaan.
2. Dari variabel E-Trust terdapat skor terendah pada pernyataan "Pelanggan menerima segala resiko yang terjadi saat laporan pengaduan pada Aplikasi PLN Mobile". Sehingga disarankan agar PT. PLN (Persro) Unit Layanan Pelanggan Rajapolah lebih serius dengan memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan agar meminimalisir resiko yang terjadi ketika pelanggan melakukan pengaduan. Pelayanan yang baik, cepat tanggap dan sesuai standar operasional Perusahaan akan meminimalisir resiko terhadap hal-hal yang tidak diinginkan

sehingga pelanggan akan merasa puas dan percaya terhadap kinerja yang telah diberikan oleh Perusahaan.

3. Dari variabel Customer Satisfaction terdapat skor terendah pada pernyataan “Aplikasi PLN Mobile merupakan aplikasi yang sudah terkenal”. Sehingga disarankan agar PT. PLN (Persro) Unit Layanan Pelanggan Rajapolah gencar melakukan promosi, sosialisasi dan pengenalan terhadap Aplikasi PLN Mobile kepada pelanggan agar Aplikasi tersebut lebih dikenal banyak orang dan agar memudahkan pelanggan melakukan pengaduan dimanapun dan kapanpun tanpa perlu repot-repot melakukan pengaduan ke kantor perusahaan.
4. Penelitian ini terbatas pada pelanggan pengguna aplikasi PLN Mobile dengan sampel pengguna aplikasi PLN Mobile di wilayah Unit Layanan Pelanggan Rajapolah. Diharapkan bagi peneliti lain dimasa mendatang agar dapat menambah cakupan populasi dan sampel diluar wilayah Unit Layanan Pelanggan Rajapolah, misalnya pelanggan pengguna Aplikasi PLN Mobile se wilayah Tasikmalaya dan menambah variabel lainnya. Serta dalam teknik analisisnya, dapat dilakukan dengan berbagai macam metode lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma.B. (2019). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Ardhiansyah, N., Sri, M. S., & Yunanto, A. (2019). Impact of Brand Trust on Customer Satisfaction and Customer Loyalty. *Intrenational Conference on Rural Development and Entrepreneurship 2019: Enhacing Small Business and Rural Development Towrads Industrial Revolution 4.0*, 2(9), 288–293. <http://jp.feb.unsoed.ac.id/index.php/lcore/article/view/1481>
- Assauri, Sofjan. (2018). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajawali Pers.
- Basuki, A., & Prawoto, N. (2016). Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi& Bisnis: Dilengkapi Aplikasi SPSS & Eviews. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Batubara, F., Manurung, J. S., & Tambunan, S. R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Elektronik, Promosi Aplikasi PLN-Mobile Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. PLN (Persero) ULP Sibuhuan. *Prosiding Konferensi Nasional Social & Engineering Polmed (KONSEP)*, 3(1), 71-82. <HTTPS://DOI.ORG/10.51510/KONSEP.V3I1.882>
- Farida, Umi. (2017). Manajemen Sumber Daya Manusia I. Ponorogo: UNMUH PONOROGO PRESS.
- Fauzi, H. (2021). Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Mahasiswa Universitas Majalengka Pelanggan E-Commerce Shopee) The Effect of E-Service Quality and E-Trust on Customer Satisfaction (Study of Majalengka University Students, Shopee E-Commerce. *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 4(2). <https://doi.org/10.31949/maro.v4i2.1801>
- Fauziah, S. N., Arisman, A., & Lestari, S. P. (2023). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap Kepuasan Konsumen Maxim Di Kota Tasikmalaya. *CEMERLANG: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, 3(4), 96-113. <https://doi.org/10.55606/cemerlang.v3i4.1866>
- Firdha, S., Putri, A., & Marlina, N. (2021). Pengaruh e-service quality dan e-trust terhadap kepuasan konsumen. *FORUM EKONOMI*, 23(3), 463–474. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUMEKONOMI>
- Ghozali AL, Novan. (2022). Pengaruh E-Service Quality, E-Trust Dan Price Terhadap E-Loyalty Dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Anggota Koperasi Mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember Pengguna E-Commerce Shopee. <http://digilib.uinkhas.ac.id/id/eprint/16778>
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Hanifati, Mustikarini, U., dan Samiono, B.E. (2018). Analisis Pengaruh Website Quality dan EWOM Terhadap Purchase Decision Melalui Online Trust Pada Situs Tiket Travel dan Reservasi Hotel Online Di Indonesia. *Jurnal TRANSformasi*. Volume II: 36-50. https://eprints.uai.ac.id/1675/1/ILS0125-21_Isi-Artikel.pdf

- Hasibuan, Malayu S. (2020). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Bumi Aksara.
<https://e-journal.naureendigiton.com/index.php/mj/article/view/497>
- Imam, M. &, & Wibowo. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana, 8(2), 10-20.
<https://ojs.ekonomi-ungris.ac.id/index.php/JMBK/article/download/419/pdf>
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press.
- Irawan, H. (2021). Prinsip Kepuasan Pelanggan. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kasmir. (2017). Customer Service Excellent Teori dan Praktik. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Khalishah, A., & Tarigan, H. (2023). Pengaruh E-Service Quality, E-Trust dan Perceive Value Terhadap Kepuasan Konsumen Kartu Prakerja. Marketgram Journal, 1(2), 130-144.
- Kotler dan Amstrong. (2018). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2019). Dasar- dasar Pemasaran Jilid 1 (kesembilan ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Keller Lane Kevin. (2020). Marketing Manajemen, 15th Edition, Pearson Education, inc.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2017). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Liani, A.M., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh E-Trust terhadap E-Loyalty Dimediasi oleh E-Satisfaction pada Pengguna Dompot Digital Gopay. YUME: Journal of Management, 4(1), 138-149.
<https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/yume/article/view/911>
- Masrurroh, N. (2022). Pengaruh Motivasi dan Disiplin Kerja Terhadap Prestasi Kerja Pegawai Negeri Sipil Pada Kelurahan Di Kecamatan Tamansari Kota Tasikmalaya. <https://journal-nusantara.com/index.php/JIM/article/view/669/653>
- Mubarok, A., & Kurriwati, N. (2021). Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust terhadap E-Satisfaction Pada Nasabah Pengguna Aplikasi Mobile Banking Bank Tabungan Negara Bangkalan. Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM), 1(1). <http://journal.trunojoyo.ac.id/jkim>
- Nawangasari, S., & Putri, N. D. (2020). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Bni Mobile Banking Melalui Citra Bank Sebagai Variabel Intervening. Jurnal Ilmiah Matrik, 22(1), 55-63.
<https://journal.binadarma.ac.id/index.php/jurnalmatrik/article/view/839>
- PLN. "Tentang kami-Perusahaan Listrik Negara" <https://web.pln.co.id/tentang-kami/profil-perusahaan>. Diakses 10 Desember 2023.
- Priyatno, D. (2018). SPSS Panduan Mudah Olah Data bagi Mahasiswa dan Umum. Yogyakarta: ANDI (Anggota IKAPI).
- Putri, S. F. A., & Marlina, N. (2021, July). Pengaruh e-service quality dan e-trust terhadap kepuasan konsumen. In Forum Ekonomi (Vol. 23, No. 3, pp. 463-474).
<https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUM EKONOMI/article/view/9702>
- Riduwan. (2020). Dasar-Dasar Statistika. Bandung: ALFABETA.
- Riyanto, A. (2018). Implikasi Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada PDAM Cibadak Sukabumi Andi. Ecodemica, 2.
- Rojiqin, M. K., Hadi, S. N., & Utomo, Y. T. (2022). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap E-Customer Loyalty Shopee Melalui E-Satisfaction Di Masa Pandemi Covid-19 Ditinjau Dari Prespektif Syariah. Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Perbankan Syariah, 2(4), 1-16.
<https://ojs.unsiq.ac.id/index.php/jamasy/article/view/3296/1875>
- Saleem, M. A., Zahra, S., & Yaseen, A. (2017). Impact of service quality and trust on repurchase intentions – the case of Pakistan airline industry. Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, 29(5), 1136-1159. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/APJML-10-2016-0192/full/html>
- Setiawan, E., & Septiani, S. (2018). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Moda Transportasi Grab di Tangerang Selatan. J-MKLI (Jurnal Manajemen dan Kearifan Lokal Indonesia), 2(1), 54-61.
<https://journal.apmai.org/v2/index.php/jmkli>

- Setyo, Purnomo Edwin. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen "BEST AUTOWORKS" Bengkel Mobil. *Jurnal Manajemen dan Star-Up Bisnis*, vol. 1, no.6. <https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/download/404/363>
- Sugiyono. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV Alfabeta: Bandung.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Tatik, Suryani. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenamedia group.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. (2019). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2016). *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Yunanto, Y. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Disiplin Kerja Karyawan Biro Administrasi Umum Firdha, S., Putri, A., & Marlana, N. (2021). Pengaruh e-service quality dan e-trust terhadap kepuasan konsumen. *Forum Ekonomi*, 23(3), 463-474. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUM EKONOMI>