



Pengaruh *Customer Experience* dan *E-Service Quality* Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna Aplikasi PLN Mobile

Andhika Reyhant Ramadhan¹, Rizky Kurniawan Murtiyanto², Tri Yulistyawati Evelina³

^{1,2,3}Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang

*Email hansdika27@gmail.com, rizky.kurniawan@polinema.ac.id, trievelina@polinema.ac.id

Diterima: 17-08-2026 | Disetujui: 25-08-2026 Diterbitkan: 27-08-22026

ABSTRACT

Advances in information technology have driven PT PLN (Persero) to undertake a digital transformation through the PLN Mobile app, a fast, easy, and efficient platform for electricity services. However, there are still customer complaints regarding delays in power outage information, unresponsive notifications, and the length of time it takes to resolve complaints, all of which can affect customer satisfaction. This study aims to analyze the influence of Customer Experience and E-Service Quality on customer satisfaction among users of the PLN Mobile App at PT PLN (Persero) ULP Kota Batu. This study employs a quantitative approach using a survey method. Data were collected via a Google Forms questionnaire from 100 respondents who are customers of PT PLN (Persero) ULP Kota Batu and have used the PLN Mobile App, using purposive sampling. Data analysis was performed using IBM SPSS Statistics 25 through descriptive analysis, validity and reliability tests, classical assumptions, multiple linear regression, the coefficient of determination, t-tests, and F-tests. The results of the study indicate that Customer Experience has a positive and significant effect on customer satisfaction (t-value = 4.901; sig. = 0.000), as does E-Service Quality (t-value = 3.199; sig. = 0.002). Simultaneously, both variables have a positive and significant effect on customer satisfaction (F-calculated = 57.290; sig. = 0.000) with an R-squared of 0.542. Thus, Customer Experience and E-Service Quality play a crucial role in enhancing customer satisfaction among users of the PLN Mobile app.

Keywords: Customer Experience; E-Service Quality; Customer Satisfaction; PLN Mobile.

ABSTRAK

Kemajuan teknologi informasi mendorong PT PLN (Persero) melakukan transformasi digital melalui Aplikasi PLN Mobile sebagai platform layanan kelistrikan yang cepat, mudah, dan efisien. Namun, masih terdapat keluhan pelanggan terkait keterlambatan informasi pemadaman, notifikasi yang tidak responsif, serta lamanya penyelesaian keluhan yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh Customer Experience dan E-Service Quality terhadap kepuasan pelanggan pengguna Aplikasi PLN Mobile di PT PLN (Persero) ULP Kota Batu. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner Google Form dari 100 responden yang merupakan pelanggan PT PLN (Persero) ULP Kota Batu dan telah menggunakan Aplikasi PLN Mobile, dengan teknik purposive sampling. Analisis data menggunakan IBM SPSS Statistics 25 melalui analisis deskriptif, uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji-t, dan uji-F. Hasil penelitian menunjukkan Customer Experience berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (t-hitung = 4,901; sig. = 0,000), demikian pula E-Service Quality (t-hitung = 3,199; sig. = 0,002). Secara simultan, kedua variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (F-hitung = 57,290; sig. = 0,000) dengan R Square sebesar 0,542. Dengan demikian, Customer Experience dan E-Service Quality berperan penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pengguna

Aplikasi PLN Mobile.

Katakunci: Customer Experience; E-Service Quality; Kepuasan Pelanggan; PLN Mobile.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Ramadhan, A. R., Murtiyanto, R. K., & Evelina, T. Y. (2026). Pengaruh Customer Experience dan E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna Aplikasi PLN Mobile. Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi, 2(3), 3543-3552. <https://doi.org/10.63822/95a63215>

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi pada era Revolusi Industri 4.0 telah mendorong berbagai organisasi, termasuk perusahaan penyedia layanan publik, untuk melakukan transformasi digital dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada masyarakat. Transformasi tersebut tidak hanya bertujuan meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga memberikan kemudahan akses layanan yang cepat, praktis, dan dapat diakses kapan saja. Dalam konteks pemasaran jasa, keberhasilan layanan digital tidak hanya ditentukan oleh kecanggihan teknologi, tetapi juga oleh pengalaman pelanggan (Customer Experience) serta kualitas layanan elektronik (E-Service Quality) yang dirasakan selama menggunakan layanan tersebut.

PT PLN (Persero) sebagai perusahaan penyedia tenaga listrik nasional turut mengembangkan transformasi digital melalui Aplikasi PLN Mobile. Aplikasi ini mengintegrasikan berbagai layanan kelistrikan, seperti pembayaran tagihan listrik, pembelian token listrik, pengajuan pasang baru, perubahan daya, pencatatan meter mandiri, hingga penyampaian pengaduan pelanggan. Kehadiran PLN Mobile diharapkan mampu meningkatkan efektivitas pelayanan sekaligus memberikan pengalaman layanan digital yang lebih baik bagi pelanggan.

Meskipun demikian, berbagai permasalahan masih ditemukan dalam implementasi layanan digital tersebut. Berdasarkan ulasan pengguna pada Google Play Store maupun Google Maps PT PLN (Persero) ULP Kota Batu, masih terdapat keluhan mengenai keterlambatan informasi gangguan listrik, notifikasi yang kurang responsif, lamanya penanganan pengaduan, serta beberapa kendala pada sistem aplikasi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa peningkatan jumlah pengguna aplikasi belum sepenuhnya diikuti dengan meningkatnya kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, pengalaman pelanggan selama menggunakan aplikasi dan kualitas layanan elektronik yang diberikan menjadi faktor penting yang perlu dievaluasi.

Secara teoritis, Customer Experience merupakan pengalaman menyeluruh yang dirasakan pelanggan selama berinteraksi dengan perusahaan pada seluruh tahapan penggunaan layanan. Pengalaman yang positif akan membentuk persepsi yang baik sehingga mampu meningkatkan kepuasan pelanggan. Sementara itu, E-Service Quality menggambarkan kemampuan layanan elektronik dalam menyediakan pelayanan yang efisien, andal, aman, serta mudah digunakan. Semakin baik kualitas layanan elektronik yang diberikan, semakin besar kemungkinan pelanggan merasa puas terhadap layanan yang diterima.

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut memiliki hubungan dengan kepuasan pelanggan. Penelitian Luthfiani dkk. (2024) membuktikan bahwa E-Service Quality berpengaruh positif terhadap penggunaan Aplikasi PLN Mobile. Simatupang dan Lestari (2025) juga menemukan bahwa Customer Experience dan E-Service Quality berpengaruh positif dan signifikan terhadap Customer Satisfaction pengguna aplikasi DANA. Namun demikian, penelitian Aksenta dkk. (2024) menunjukkan hasil yang berbeda, yaitu Customer Experience tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada layanan GrabBike. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan masih adanya research gap mengenai pengaruh Customer Experience terhadap kepuasan pelanggan.

Selain itu, sebagian besar penelitian terdahulu dilakukan pada sektor swasta, seperti layanan transportasi daring, dompet digital, maupun aplikasi komersial lainnya. Penelitian yang mengkaji pengaruh Customer Experience dan E-Service Quality terhadap kepuasan pelanggan pada layanan digital milik Badan Usaha Milik Negara (BUMN), khususnya Aplikasi PLN Mobile pada tingkat Unit Layanan Pelanggan (ULP), masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan pada

pengguna Aplikasi PLN Mobile di PT PLN (Persero) ULP Kota Batu untuk memberikan bukti empiris yang lebih kontekstual mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan pada layanan publik berbasis digital.

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) apakah Customer Experience berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna Aplikasi PLN Mobile; (2) apakah E-Service Quality berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna Aplikasi PLN Mobile; dan (3) apakah Customer Experience dan E-Service Quality secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna Aplikasi PLN Mobile.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Customer Experience terhadap kepuasan pelanggan, menganalisis pengaruh E-Service Quality terhadap kepuasan pelanggan, serta menganalisis pengaruh Customer Experience dan E-Service Quality secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pengguna Aplikasi PLN Mobile pada PT PLN (Persero) ULP Kota Batu.

KAJIAN PUSTAKA

Customer Experience

Customer Experience merupakan persepsi subjektif pelanggan yang terbentuk dari keseluruhan interaksi dengan suatu merek, mulai dari tahap prapembelian, pembelian, hingga pascapembelian (Tunjungsari, dkk., 2025). Konsep ini menggambarkan pengalaman yang dirasakan pelanggan selama berinteraksi dengan suatu merek atau layanan. Schmitt (1999) dalam Hermawan dan Harimurti (2021) menambahkan bahwa Customer Experience muncul sebagai respons pelanggan terhadap berbagai stimulus yang diberikan perusahaan, baik melalui desain produk, komunikasi pemasaran, maupun proses pelayanan.

Lima indikator Customer Experience yang dikenal sebagai experiential dimensions dikemukakan oleh Schmitt (1999) dalam Hermawan dan Harimurti (2021), yaitu:

1. Sense (pengalaman indrawi), pengalaman melalui tampilan visual, desain, dan.
2. Feel (pengalaman emosional), perasaan melalui rasa senang, nyaman, dan puas.
3. Think (pengalaman kognitif), pengalaman melalui kejelasan informasi, kemudahan pemahaman, serta persepsi positif.
4. Act (pengalaman perilaku), pengalaman melalui pola penggunaan, dan kecenderungan penggunaan kembali.
5. Relate (pengalaman sosial), membangun keterikatan sosial dan identitas.

E-Service Quality

E-Service Quality merupakan kemampuan suatu layanan elektronik dalam memfasilitasi aktivitas pelanggan secara efektif dan efisien, mulai dari pencarian informasi, proses transaksi, hingga pemenuhan layanan yang dijanjikan (Parasuraman et al., 2005 dalam Wardhana, 2024). Kualitas layanan elektronik tidak hanya dinilai dari hasil akhir pelayanan, tetapi juga dari proses interaksi pelanggan dengan sistem digital yang digunakan. Kualitas layanan elektronik juga berkaitan dengan persepsi pengguna terhadap kinerja sistem digital, seperti kemudahan penggunaan, kecepatan akses, ketersediaan sistem, dan keamanan data pribadi (Wardhana, 2024).

Berdasarkan model E-S-QUAL, terdapat empat dimensi utama E-Service Quality, yaitu (Parasuraman et al., 2005 dalam Wardhana, 2024):

1. Efficiency (efisiensi), menggambarkan kemudahan penggunaan dan kecepatan akses.
2. System Availability (ketersediaan sistem), menunjukkan stabilitas sistem dan ketersediaan layanan.
3. Fulfillment (pemenuhan), berkaitan dengan ketepatan dan pemenuhan janji layanan.
4. Privacy (privasi), berkaitan dengan keamanan data dan keamanan transaksi.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan kondisi perasaan yang timbul setelah pelanggan membandingkan kinerja produk atau jasa yang dirasakan dengan harapan yang dimilikinya (Indrasari, 2019:82). Kepuasan pelanggan juga merupakan respons emosional yang muncul sebagai hasil dari pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa (Tjiptono, 2019:95).

Terdapat tiga indikator utama yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu (Tjiptono, 2009 dalam Indrasari, 2019:92):

1. Kesesuaian Harapan, menggambarkan sejauh mana kinerja produk atau jasa yang dirasakan pelanggan sesuai dengan harapan yang telah terbentuk sebelumnya.
2. Minat Menggunakan Kembali, mencerminkan keinginan pelanggan untuk kembali menggunakan produk atau jasa di masa mendatang sebagai dampak dari kepuasan yang dirasakan.
3. Kesiapan Merekomendasikan, menunjukkan kemauan pelanggan untuk menyarankan produk atau jasa kepada pihak lain sebagai bentuk penilaian positif terhadap layanan yang digunakan.

Hubungan antar Variabel dan Hipotesis

Customer Experience yang positif dapat membentuk persepsi yang baik dan meningkatkan kepuasan pelanggan, sebagaimana dibuktikan oleh Gilbrend (2025) bahwa Customer Experience berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas layanan elektronik yang mudah, andal, cepat, dan aman juga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, sebagaimana ditunjukkan oleh Luthfiani, dkk. (2024) bahwa E-Service Quality berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, Customer Experience dan E-Service Quality saling melengkapi dalam membentuk kepuasan pelanggan pada layanan digital, sebagaimana dinyatakan oleh Simatupang dan Lestari (2025).

Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

- H1 : Customer Experience secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna PLN Mobile.
- H2 : E-Service Quality secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna PLN Mobile.
- H3 : Customer Experience dan E-Service Quality secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna PLN Mobile.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode survei yang bertujuan untuk menguji pengaruh Customer Experience (X1) dan E-Service Quality (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada pengguna PLN Mobile di Kota Batu. Populasi penelitian adalah pelanggan PT PLN (Persero) ULP Kota Batu yang tercatat hingga tahun 2025 sebanyak 131.569 pelanggan. Pengambilan sampel menggunakan teknik nonprobability sampling dengan metode purposive sampling, dengan kriteria responden merupakan pelanggan atau anggota keluarga yang menggunakan PLN Mobile,

memiliki akun terverifikasi, pernah menggunakan minimal satu fitur PLN Mobile sejak tahun 2025 hingga penelitian dilaksanakan, dan berusia minimal 17 tahun. Berdasarkan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, diperoleh 100 responden.

Data primer dikumpulkan secara online menggunakan Google Form selama periode Juni 2026 dengan skala Likert 1 (Sangat Tidak Setuju) sampai 5 (Sangat Setuju). Data dianalisis menggunakan SPSS melalui uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik yang meliputi normalitas, heteroskedastisitas, dan multikolinieritas, analisis regresi linier berganda dengan persamaan $Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + e$, koefisien determinasi, serta uji hipotesis melalui uji t dan uji F.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Dari 100 responden yang berpartisipasi dalam penelitian, mayoritas berjenis kelamin perempuan (51,0%), berstatus sebagai anggota keluarga (59,0%), dan berada pada rentang usia 17–21 tahun (41,0%). Berdasarkan pekerjaan, sebagian besar responden merupakan pelajar/mahasiswa (47,0%). Sementara itu, mayoritas responden telah menggunakan aplikasi PLN Mobile selama lebih dari 1 tahun (53,0%), dengan fitur Token & Pembayaran sebagai layanan yang paling sering digunakan (86,0%). Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa responden penelitian didominasi oleh pengguna muda yang telah cukup lama menggunakan aplikasi PLN Mobile, dengan kebutuhan utama pada layanan token dan pembayaran listrik.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel Customer Experience, E-Service Quality, dan Kepuasan Pelanggan memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,1966), dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berada di bawah 0,05 sehingga seluruh item dinyatakan valid. Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha untuk Customer Experience sebesar 0,751, E-Service Quality sebesar 0,664, dan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,702. Seluruh nilai Cronbach's Alpha tersebut berada di atas batas minimum 0,60 sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Hasil uji normalitas menggunakan grafik Normal P-P Plot menunjukkan bahwa titik-titik residual menyebar di sekitar dan mengikuti garis diagonal tanpa penyimpangan yang berarti, sehingga residual dapat dinyatakan berdistribusi normal. Hasil uji heteroskedastisitas melalui grafik Scatterplot menunjukkan bahwa titik-titik residual menyebar secara acak di atas dan di bawah garis horizontal pada nilai 0 tanpa membentuk pola tertentu, sehingga model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Hasil uji multikolinieritas menunjukkan nilai Tolerance sebesar 0,494 dan VIF sebesar 2,026 pada variabel Customer Experience dan E-Service Quality, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antarvariabel independen.

Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel Bebas	Koefisien Regresi (B)	Std. Error
Konstanta	2.059	2.069
Customer Experience (X1)	0.331	0.068
E-Service Quality (X2)	0.267	0.084

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh persamaan regresi $Y = 2,059 + 0,331X_1 + 0,267X_2$. Nilai konstanta sebesar 2,059 menunjukkan bahwa apabila Customer Experience dan E-Service Quality bernilai nol, maka Kepuasan Pelanggan sebesar 2,059. Koefisien regresi Customer Experience sebesar 0,331 dan E-Service Quality sebesar 0,267 menunjukkan bahwa kedua variabel berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini berarti semakin baik pengalaman pelanggan dan kualitas layanan elektronik pada aplikasi PLN Mobile, maka kepuasan pelanggan juga cenderung meningkat. Customer Experience memiliki koefisien regresi yang lebih besar dibandingkan E-Service Quality, sehingga pengaruhnya terhadap Kepuasan Pelanggan lebih tinggi.

Koefisien Determinasi

Hasil analisis koefisien determinasi menunjukkan nilai R sebesar 0,736 dan Adjusted R Square sebesar 0,532. Nilai tersebut menunjukkan bahwa Customer Experience dan E-Service Quality secara bersama-sama mampu menjelaskan 53,2% variasi Kepuasan Pelanggan pengguna aplikasi PLN Mobile, sedangkan 46,8% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian, seperti harga, citra perusahaan, kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan kualitas sistem.

Uji Hipotesis

Variabel	t hitung / F Hitung	t tabel / f tabel	Sig.	Hasil
Customer Experience (X1)	4.901	1.985	0.000	H1 diterima
E-Service Quality (X2)	3.199	1.985	0.002	H2 diterima
Simultan (Uji F)	57.290	3.939	0.000	H3 diterima

Hasil uji t menunjukkan bahwa Customer Experience memiliki nilai t hitung sebesar 4,901 dan E-Service Quality sebesar 3,199, yang keduanya lebih besar dari t tabel (1,985), dengan nilai signifikansi masing-masing sebesar 0,000 dan 0,002 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, Customer Experience dan E-Service Quality secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna aplikasi PLN Mobile. Berdasarkan nilai t hitung, Customer Experience memiliki pengaruh yang lebih besar dibandingkan E-Service Quality.

Hasil uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar 57,290, lebih besar dari F tabel (3,939), dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Customer Experience dan E-Service Quality secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Dengan demikian, model regresi yang digunakan layak untuk menjelaskan pengaruh kedua variabel independen terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna aplikasi PLN Mobile.

Pembahasan

Pengaruh Customer Experience terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Customer Experience berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna aplikasi PLN Mobile. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 4,901 yang lebih besar dari t tabel (1,985) serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H_1 diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik pengalaman yang diperoleh pelanggan selama menggunakan aplikasi PLN Mobile, maka semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan. Hasil penelitian ini mendukung teori Schmitt (1999) yang menjelaskan bahwa pengalaman pelanggan melalui aspek Sense, Feel, Think, Act, dan Relate dapat menciptakan nilai positif dan meningkatkan kepuasan. Temuan tersebut juga sejalan dengan penelitian Simatupang dan Lestari (2025), Gilbrend (2025) yang menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan Customer Experience terhadap kepuasan pelanggan pada berbagai layanan digital. Namun, hasil penelitian ini berbeda dengan Aksenta dkk. (2024) yang menemukan bahwa Customer Experience tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan GrabBike di Kota Samarinda. Perbedaan tersebut dapat disebabkan oleh karakteristik objek, jenis layanan, dan responden yang berbeda.

Pengaruh E-Service Quality terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil penelitian membuktikan bahwa E-Service Quality berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna aplikasi PLN Mobile. Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar 3,199 yang lebih besar dari t tabel (1,985), dengan nilai signifikansi $0,002 < 0,05$, sehingga H_2 diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan elektronik yang diberikan melalui aplikasi PLN Mobile, maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian Asikin dan Alam (2023) yang membuktikan bahwa E-Service Quality berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Mobile JKN. Temuan ini juga didukung oleh Luthfiani dkk. (2024) yang menunjukkan pentingnya kualitas layanan elektronik dalam meningkatkan kenyamanan penggunaan aplikasi PLN Mobile, serta penelitian Pradnyana (2023) yang menemukan bahwa E-Service Quality berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian, kualitas layanan elektronik yang mencakup kemudahan akses, ketersediaan sistem, pemenuhan kebutuhan, dan keamanan layanan menjadi salah satu faktor penting dalam membentuk kepuasan pelanggan.

Pengaruh Customer Experience dan E-Service Quality terhadap Kepuasan Pelanggan. Secara simultan, hasil penelitian menunjukkan bahwa Customer Experience dan E-Service Quality berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna aplikasi PLN Mobile. Hasil uji F memperoleh nilai F hitung sebesar 57,290 yang lebih besar dari F tabel (3,939), dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H_3 diterima. Selain itu, nilai Adjusted R Square sebesar 0,532 menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut mampu menjelaskan 53,2% variasi Kepuasan Pelanggan, sedangkan 46,8% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Temuan ini sejalan dengan penelitian Simatupang dan Lestari (2025) yang menunjukkan bahwa Customer Experience dan E-Service Quality secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada layanan digital. Dengan demikian, pengalaman pelanggan yang positif dan kualitas layanan elektronik yang baik dapat saling melengkapi dalam meningkatkan kepuasan pengguna aplikasi PLN Mobile. Oleh karena itu, peningkatan kemudahan penggunaan, stabilitas sistem, kecepatan layanan, kenyamanan interaksi, serta kualitas penyampaian layanan digital perlu terus dilakukan untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh Customer Experience dan E-Service Quality terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna Aplikasi PLN Mobile di PT PLN (Persero) ULP Kota Batu, dapat disimpulkan bahwa Customer Experience dan E-Service Quality, baik secara parsial maupun simultan, berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Customer Experience yang semakin baik, melalui pengalaman sensorik, emosional, kognitif, perilaku, dan sosial, mampu meningkatkan kepuasan pelanggan. Demikian pula, peningkatan kualitas layanan elektronik melalui kemudahan penggunaan, ketersediaan sistem, pemenuhan layanan, dan keamanan mampu mendorong peningkatan kepuasan pelanggan. Secara bersama-sama, kedua variabel tersebut mampu menjelaskan 53,2% variasi Kepuasan Pelanggan berdasarkan nilai Adjusted R Square, sedangkan 46,8% lainnya dipengaruhi oleh faktor di luar model penelitian.

Berdasarkan kesimpulan tersebut, PT PLN (Persero) disarankan untuk terus meningkatkan kualitas pengalaman pelanggan dan layanan elektronik pada Aplikasi PLN Mobile. Pada aspek Customer Experience, perusahaan dapat memperkuat kualitas interaksi digital melalui percepatan respons terhadap pengaduan dan pertanyaan pelanggan, optimalisasi live chat atau virtual assistant, serta peningkatan kualitas layanan pelanggan agar setiap keluhan dapat ditangani secara jelas dan tepat waktu. Pada aspek E-Service Quality, perusahaan disarankan menyederhanakan tampilan dan alur penggunaan aplikasi, menyediakan panduan yang informatif, serta melakukan evaluasi pengalaman pengguna secara berkala agar aplikasi semakin mudah digunakan. Selain itu, peningkatan fitur, kecepatan layanan, serta penyampaian informasi kelistrikan yang lengkap dan tepat waktu dapat dilakukan untuk mendorong pelanggan menjadikan PLN Mobile sebagai pilihan utama dalam memperoleh layanan kelistrikan.

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi Kepuasan Pelanggan, seperti E-Trust, Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Brand Image, Customer Engagement, atau Customer Loyalty. Penelitian juga dapat memperluas objek dan cakupan responden pada unit layanan PLN di wilayah lain maupun perusahaan penyedia layanan publik berbasis digital sehingga hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih luas. Selain pendekatan kuantitatif, penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode mixed methods atau pendekatan kualitatif melalui wawancara mendalam untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai pengalaman dan kepuasan pelanggan dalam menggunakan aplikasi PLN Mobile.

DAFTAR RUJUKAN

- Aksenta, dkk. (2024). Pengaruh Customer Experience, Kemudahan Penggunaan, Promosi, Trust Terhadap Kepuasan Pelanggan Layanan Fitur GrabBike di Kota Samarinda. Samarinda: Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Ilmu Ekonomi (JASMIEN), 5(1), 149-157. <https://doi.org/10.54209/jasmien.v5i01.656>
- Asikin, D. D., Alam, C. (2024). Pengaruh E-Service Quality Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Mobile JKN (Studi Kasus Pengguna Aplikasi Mobile JKN di Kota Cimahi). Bandung: Alfabeta, 1(1), 233-246.
- Gilbrend, F. (2025). Pengaruh Pengalaman Pelanggan (Customer Experience), Kualitas Layanan Dan Persaingan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopeefood Di Kota Medan. Medan: Journal of Innovative and Creativity, 5(3), 28791-28803. <https://doi.org/10.31004/joecy.v5i3.4172>

- Hermawan, M. dan Harimurti, C. (2021). Pengaruh Customer Experience Dan Kepuasan Pelanggan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Smartfren. Jakarta: Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI. 1(4), 314-323. <https://doi.org/10.31334/jambis.v1i4.1808>
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran & Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press.
- Jaya, I Made Laut Mertha. 2020. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori, Penerapan dan Riset Nyata. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Pradnyana, I, P, G, D. (2023). The Effect of Service Quality and E-Service Quality on Customer Satisfaction in Bukit Vista Hospitality Customers. Bali: International Journal of Review Management, Business, and Entrepreneurship (RMBE), 3(1), 64-75. <https://doi.org/10.37715/rmbe.v3i1.3932>
- Simatupang, A. J., & Lestari, I. (2025). Pengaruh Customer Experience Dan E-Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Pada Pengguna Aplikasi Dana. Medan: Universitas Medan Area, 5(2), 1-11.
- Tjiptono, F. (2019). Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian Edisi 2. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tunjungsari, dkk. (2025). Customer Experience 5.0 : Meningkatkan Loyalitas di Era Digital. Takaza Innovatix Labs.
- Wardhana, Aditya. (2024). Service Quality & E-Service Quality In The Digital Edge – Edisi Indoneisa. Purbalingga: CV. Eureka Media Aksara.