

**PENGARUH TRANSFORMASI LAYANAN DIGITAL, KUALITAS
PELAYANAN TEKNIK DAN PENGALAMAN PELANGGAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA
PENGUNA APLIKASI PLN MOBILE
DI PT PLN (PERSERO) ULP
SEBERANG KOTA
UP3 JAMBI**



Tesis Oleh:

ADE MAYDHA DESLIANA PUTRI ADYANI

01012682327032

MANAJEMEN PEMASARAN

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar

Magister Manajemen

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
PTOGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN**

2025

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

**PENGARUH TRANSFORMASI LAYANAN DIGITAL DAN
KUALITAS PELAYANAN TEKNIK MELALUI APLIKASI
PLN MOBILE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA PT PLN (PERSERO) ULP SEBERANG
KOTA UP3 JAMBI**

Disusun oleh:

Nama : Ade Maydha Desliana Putri Adyani
NIM : 01012682327032
Program Studi : Magister Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui untuk digunakan sebagai syarat pengajuan SK Penguji Komprehensif

Tanggal Persetujuan

Dosen Pembimbing

Pembimbing I



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A
NIDN. 8906960023

Tanggal : _____

Pembimbing II



Dr. M. Eko Fitrianto, S.E., M.Si
NIDN. 0013078306

Tanggal : _____

LEMBAR PERSETUJUAN TESIS

PENGARUH TRANSFORMASI LAYANAN DIGITAL, KUALITAS PELAYANAN TEKNIK DAN PENGALAMAN PELANGGAN PENGGUNA APLIKASI PLN MOBILE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT PLN (PERSERO) ULP SEBERANG KOTA UP3 JAMBI

Disusun Oleh:

Nama : Ade Maydha Desliana Putri Adyani
NIM : 01012682327032
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Magister Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 14 Juli 2025 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

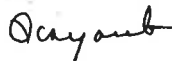
Palembang, Juli 2025
Panitia Ujian Komprehensif

Pembimbing I



Dr. Mohammad Eko Fitrianto, S.E., M.Si.
NIP 198307132023211006

Pembimbing II



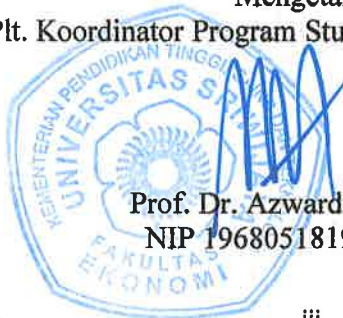
Dr. Zakaria Wahab, M.B.A
NIDK 8906960023

Penguji



Prof. Dr. Azwardi, S.E., M.Si
NIP 196805181993031003

Mengetahui,
Ptt. Koordinator Program Studi Magister Manajemen



Prof. Dr. Azwardi, S.E., M.Si
NIP 196805181993031003

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS ILMIAH

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Ade Maydha Desliana Putri Adyani

NIM : 01012682327032

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Magister Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis yang berjudul:

**PENGARUH TRANSFORMASI LAYANAN DIGITAL, KUALITAS PELAYANAN
TEKNIK DAN PENGALAMAN PELANGGAN PENGGUNA APLIKASI PLN
MOBILE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT PLN (PERSERO)
ULP SEBERANG KOTA UP3 JAMBI**

Pembimbing

Ketua : Dr. Mohammad Eko Fitrianto, S.E., M.Si

Anggota : Dr. Zakaria Wahab, M.B.A

Tanggal Ujian : 14 Juli 2025

Adalah benar hasil karya saya sendiri. Dalam tesis ini tidak ada hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila pernyataan saya ini tidak benar di kemudian hari, saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaan.

Palembang, Juli 2025



Ade Maydha D.P.A

NIM. 01012682327032

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, atas izin-Nya penulis berhasil menyelesaikan tesis yang berjudul **“Pengaruh Transformasi Layanan Digital, Kualitas Pelayanan Teknik, dan Pengalaman Pelanggan Pengguna Aplikasi PLN Mobile Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT PLN (Persero) ULP Seberang Kota UP3 Jambi”**.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh transformasi layanan digital serta kualitas pelayanan teknik di PLN ULP Seberang Kota UP3 Jambi terhadap kepuasan pelanggan. Populasi penelitian ini meliputi seluruh konsumen yang mengajukan pengaduan gangguan kelistrikan pada tahun 2024. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, ditemukan bahwa transformasi layanan digital dan kualitas pelayanan teknik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT PLN (Persero) ULP Seberang Kota UP3 Jambi.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan masukan, saran, serta kritik yang konstruktif sebagai bahan perbaikan di masa mendatang..

Palembang, Juli 2025

Penulis,

Ade Maydha DPA

NIM. 01012682327032

UCAPAN TERIMA KASIH

Tiada sesembahan selain Allah dan tiada daya serta upaya selain dari-Nya. Segala puji hanya bagi Allah, Tuhan semesta alam, yang telah melimpahkan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan pada program studi Magister Manajemen Universitas Sriwijaya. Penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang mendalam kepada:

1. Bapak Dr. Mohammad Eko Fitrianto, S.E., M.Si, selaku Dosen Pembimbing I yang telah membimbing dengan baik dalam menyelesaikan tesis ini.
2. Bapak Dr. Zakaria Wahab, M.B.A. selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing dengan baik dalam menyelesaikan tesis ini.
3. Bapak Prof. Dr. Azwardi, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi sekaligus Plt Koordinator Program Studi Magister Manajemen serta Dosen Penguji dalam pelaksanaan Tesis ini.
4. Ibu Prof. Dr. Hj. Sulastri, M.E., M.Kom., selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis. Seluruh Dosen Program Studi Magister Manajemen Universitas Sriwijaya atas ilmu dan wawasan yang telah diberikan.
5. Bapak Adhi Herlambang S.T., M.T., M.S.M., I.P.M., selaku General Manager PT PLN (Persero) UID S2JB yang telah memberikan kesempatan kami kami untuk dapat mengembangkan diri untuk menjadi lebih baik.
6. Bapak Ediwan S.T., M.T., selaku Manager PT PLN (Persero) UID S2JB UP3 Jambi yang selalu memaklumi saya dengan penuh keterbatasan yang selalu harus bolak balik Jambi – Palembang.

7. Bapak Arif Azanny, selaku Manager PT PLN (Persero) UID S2JB UP3 Ogan Ilir yang selalu mendukung saya dalam proses bimbingan Tesis ini.
8. **Suamiku tersayang Novian Dinata** berserta Anak-anak, Aisy Aira Adya Dinata dan Razief Reinza Reyhan Dinata, atas segala kasih sayang dan pengertiannya selama masa perkuliahan hingga penyusunan tesis ini.
9. Staff/ karyawan Program Studi Magister Manajemen Universitas Sriwijaya.
10. Rekan-rekan seperjuangan Angkatan 55 yang susah senang dilalui bersama.
11. Seluruh keluarga besar PLN ULP Seberang Kota yang selalu siap siaga membantu dan terlibat dalam penyusunan tesis ini.
12. Semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu dalam menyelesaikan tesis ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimpal atas segala kebaikan yang telah diberikan oleh berbagai pihak sehingga tesis ini dapat diselesaikan dengan baik..

Palembang, Juli 2025



Ade Maydha DPA

NIM. 01012682327032

ABSTRAK

PENGARUH TRANSFORMASI LAYANAN DIGITAL, KUALITAS PELAYANAN TEKNIK DAN PENGALAMAN PELANGGAN PENGGUNA APLIKASI PLN MOBILE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT PLN (PERSERO) ULP SEBERANG KOTA UP3 JAMBI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh transformasi layanan digital, kualitas pelayanan teknik, dan pengalaman pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pengguna aplikasi PLN Mobile di PT PLN (Persero) ULP Seberang Kota UP3 Jambi. Populasi penelitian mencakup seluruh pengaduan pelanggan PT PLN (Persero) ULP Seberang Kota UP3 Jambi yang menggunakan aplikasi PLN Mobile pada tahun 2024 sebanyak 19.653 kasus. Sampel yang digunakan berjumlah 100 responden, yang diperoleh dengan menggunakan rumus Slovin. Hasil analisis menunjukkan bahwa transformasi layanan digital, kualitas pelayanan teknik, dan pengalaman pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Terkait transformasi layanan digital, disarankan untuk melakukan perbaikan dari segi kualitas dan kecepatan penggunaan aplikasi, serta melakukan pengembangan dan pembaruan sesuai kebutuhan pelanggan. Dalam hal kualitas pelayanan, perlu dilakukan evaluasi terhadap faktor-faktor yang menyebabkan keterlambatan waktu perbaikan dari estimasi yang ditetapkan. Sedangkan untuk pengalaman pelanggan, dianjurkan untuk meningkatkan user experience PLN Mobile melalui perbaikan navigasi, desain antarmuka, serta edukasi pengguna agar alur layanan menjadi lebih mudah dipahami dan nyaman digunakan.

Kata Kunci: Transformasi Layanan Digital, Kualitas Pelayanan, Pengalaman Pelanggan, Kepuasan Pelanggan

Pembimbing I



Dr. Mohammad Eko Fitrianto, S.E., M.Si.
NIP 198307132023211006

Pembimbing II



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A
NIDK 8906960023

Mengetahui,
Plt. Koordinator Program Studi Magister Manajemen



Prof. Dr. Azwardi, S.E., M.Si
NIP 196805181993031003

ABSTRACT

THE IMPACT OF DIGITAL SERVICE TRANSFORMATION, TECHNICAL SERVICE QUALITY, AND CUSTOMER EXPERIENCE ON CUSTOMER SATISFACTION AMONG USERS OF THE PLN MOBILE APPLICATION AT PT PLN (PERSERO) ULP SEBERANG KOTA UP3 JAMBI

This research was conducted with the aim of determining the influence of digital service transformation, technical service quality, and customer experience on customer satisfaction among users of the PLN Mobile application at PT PLN (Persero) ULP Seberang Kota UP3 Jambi. The population in this study is all customer complaints of PT PLN (Persero) ULP Seberang Kota UP3 Jambi who use the PLN Mobile application in 2024 as many as 19,653. The sample used in this study was 100 respondents using the slovin formula. The results of the analysis indicate that digital service transformation, the quality of technical services, and customer experience have a positive and significant effect on customer satisfaction. In terms of digital service transformation, it is recommended to improve the quality and speed of application usage by developing and updating the system based on customer needs. Regarding service quality, it is important to evaluate the factors that hinder timely repairs according to the estimated schedule. To enhance customer experience, it is necessary to improve the user experience of the PLN Mobile application through better navigation, interface design, and user education so that the service flow is easier to understand and more comfortable to use.

Keywords: Digital Service Transformation, Service Quality, Customer Experience, Customer Satisfaction

Pembimbing I



Dr. Mohammad Eko Fitrianto, S.E., M.Si.
NIP 198307132023211006

Pembimbing II



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A
NIDK 8906960023

Mengetahui,
Plt. Koordinator Program Studi Magister Manajemen



Prof. Dr. Azwardi, S.E., M.Si
NIP 196805181993031003

SURAT PERNYATAAN ABSTRAK

Kami Dosen Pembimbing Tesis menyatakan bahwa Abstrak Tesis dalam Bahasa Inggris dari Mahasiswa:

Nama : Ade Maydha Desliana Putri Adyani

NIM : 01012682327032

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Magister Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Judul Tesis :

PENGARUH TRANSFORMASI LAYANAN DIGITAL, KUALITAS PELAYANAN TEKNIK DAN PENGALAMAN PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PENGGUNA APLIKASI PLN MOBILE DI PT PLN (PERSERO) ULP SEBERANG KOTA UP3 JAMBI

Telah kami periksa penulisan, *grammar*, maupun susunan *tenses*-nya dan kami setuju untuk ditempatkan pada lembar Abstrak.

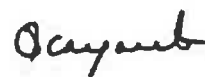
Pembimbing Tesis,

Pembimbing I



Dr. Mohammad Eko Fitrianto, S.E., M.Si.
NIP 198307132023211006

Pembimbing II



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A
NIDK 8906960023

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama lengkap : ADE MAYDHA DESLIANA PUTRI ADYANI, S.E
Tempat/tanggal Lahir : DEPOK, 4 DESEMBER 1985
Agama : ISLAM
Warga Negara : INDONESIA
Alamat : BANDARA RESIDENCE BLOK F NO 16 KEBUN
BUNGA SUKARAME KOTA PALEMBANG

No. Hp. / WA : 081288719293
Nama istri/suami*) : NOVIAN DINATA
Nama anak : 1. AISY AIRA ADYA DINATA
2. RAZIEF REINZA REYHAN DINATA

Nama orang tua
1. Ayah : DRS. KHAIRUL ADYAN
2. Ibu : MAESAROH

Riwayat Pendidikan
1. SD : MI. UNWANUL KHAIRIYYAH
2. SMP : SMP NEGERI 1 DEPOK
3. SMA : SMA NEGERI 3 DEPOK
4. Universitas (S1) : UNIVERSITAS INDONESIA
Riwayat pekerjaan : PEGAWAI PT. PLN (PERSERO)

Palembang,
Yang bersangkutan,



ADE MAYDHA DESLIANA P.A
NIM 01012682327032

*) jika ada dan coret salah satu

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN TESIS.....	iii
SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR.....	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	20
1.3 Tujuan Penelitian	21
1.4 Manfaat Penelitian	21
1.4.1 Manfaat Praktis	21
1.4.2 Manfaat Teoritis.....	21
BAB II STUDI KEPUSTAKAAN	22
2.1 Landasan Teori	22
2.1.1 Kepuasan Pelanggan	22
2.1.1.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan	22
2.1.1.2 Dimensi Kepuasan Pelanggan	24
2.1.1.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	25
2.1.1.4 Teknik Pengukuran Kepuasan Pelanggan	25

2.1.1.5 Metode Dalam Mengukur Kepuasan Pelanggan	27
2.1.2 Transformasi Layanan Digital	28
2.1.2.1 Pengertian Transformasi Layanan Digital.....	28
2.1.2.2 Dimensi Transformasi Layanan Digital	29
2.1.3 Kualitas Pelayanan.....	31
2.1.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	31
2.1.3.2 Dimensi Kualitas Pelayanan.....	33
2.1.3.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan.....	35
2.1.4 Pengalaman Pelanggan	38
2.1.4.1 Indikator Pengalaman Pelanggan	39
2.1.4.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengalaman Pelanggan	41
2.1.5 Hubungan Antara Variabel dan Pengembangan Hipotesis.....	42
2.1.5.1 Pengaruh Transformasi Layanan Digital Terhadap Kepuasan Pelanggan	42
2.1.5.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	43
2.1.5.3 Pengaruh Pengalaman Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan	44
2.2 Penelitian Terdahulu.....	45
2.3 Kerangka Konseptual Penelitian	47
2.4 Hipotesis Penelitian	49
BAB III METODE PENELITIAN.....	50
3.1. Rancangan Penelitian	50
3.2. Definisi Operasional Variabel	50
3.3. Jenis dan Sumber Data	53
3.3.1 Jenis Data.....	53
3.3.2 Sumber Data.....	53
3.4. Populasi dan Sampel Penelitian.....	54
3.4.1 Populasi Penelitian.....	54
3.5. Sampel Penelitian	54
3.6. Metode Pengumpulan Data	55
3.7. Uji Instrumen Penelitian.....	56
3.7.1 Uji Validitas	56

3.7.2 Uji Reliabilitas	57
3.8. Analisis Data Penelitian.....	57
3.8.1 Metode Transformasi Data	57
3.9. Uji Asumsi Klasik	58
3.9.1 Uji Normalitas.....	58
3.9.2 Uji Multikolinieritas.....	58
3.9.3 Uji Heterokedastisitas	59
3.10. Analisis Regresi Linier Berganda.....	59
3.11. Koefisien Korelasi (r) dan Koefisien Determinasi (R ²).....	60
3.12. Uji Hipotesis	61
3.12.1 Uji F	61
3.12.2 Uji t	62
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	63
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	63
4.1.1. Tentang PT PLN (Persero) ULP Seberang Kota UP3 Jambi.....	63
4.1.2. Visi dan Misi PT PLN (Persero) ULP Seberang Kota UP3 Jambi	64
4.2. Gambaran Profil Responden Penelitian.....	65
4.3. Hasil Uji Instrumen Penelitian	66
4.3.1 Hasil Uji Validitas.....	66
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	68
4.4. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian.....	69
4.4.1. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Transformasi Layanan Digital (X1).....	69
4.4.2. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan Teknik (X2).....	71
4.4.3. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Pengalaman Pelanggan (X3).....	73
4.4.4. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	74
4.5. Hasil Uji Asumsi Klasik	76
4.5.1. Hasil Uji Normalitas	76
4.5.2. Hasil Uji Multikolinieritas	78

4.5.3. Hasil Uji Heterokedastisitas.....	79
4.6. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	79
4.7. Hasil Uji Koefisien Korelasi (r) dan Koefisien Determinasi (R ²)	81
4.8. Uji Hipotesis	82
4.8.1. Hasil Uji F.....	82
4.8.2. Hasil Uji t.....	83
4.9. Pembahasan Hasil Penelitian.....	85
4.9.1. Pengaruh Transformasi Layanan Digital Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT PLN (Persero) ULP Seberang Kota UP3 Jambi	85
4.9.2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Teknik Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT PLN (Persero) ULP Seberang Kota UP3 Jambi	87
4.9.3 Pengaruh Pengalaman Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT PLN (Persero) ULP Seberang Kota UP3 Jambi	89
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	92
5.1 Kesimpulan.....	92
5.2 Saran	92
5.2.1 Saran Akademis	92
5.2.2 Saran Praktis	94
DAFTAR PUSTAKA.....	97
LAMPIRAN.....	104

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Fitur Terbaik PLN Mobile	5
Tabel 1.2 Rekapitulasi Gangguan Berdasarkan Media Lapor Pada PT PLN (Persero) ULP Seberang Kota.....	11
Tabel 1.3 Rekapitulasi Rating Pada PT PLN (Persero) ULP Seberang Kota Tahun 2024.....	13
Tabel 1.4 Jumlah Rating Negatif Pada PT PLN (Persero) ULP Seberang Kota Tahun 2022-2024	13
Tabel 1.5 Jumlah Gangguan Pada PT PLN (Persero) ULP Seberang Kota Tahun 2022-2024	15
Tabel 3. 1 Tabel Definisi Operasional Variabel	50
Tabel 3. 2 Interpretasi Koefisien Korelasi (r)	60
Tabel 4. 1 Profil Responden Penelitian.....	65
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas	66
Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas.....	68
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Pada Variabel Transformasi Layanan Digital (X1)	70
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Pada Variabel Kualitas Pelayanan (X2)	71
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Pada Variabel Pengalaman Pelanggan (X3).....	73
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Pada Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	75
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas	77
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinearitas	78
Tabel 4. 10 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	80
Tabel 4. 11. Hasil Uji Koefisien Korelasi (r) dan Koefisien Determinasi (R^2)	81
Tabel 4. 12 Hasil Uji F.....	83
Tabel 4. 13 Hasil Uji t (Variabel X1 terhadap Y).....	84
Tabel 4. 14 Hasil Uji t (Variabel X2 terhadap Y).....	84
Tabel 4. 15 Hasil Uji t (Variabel X3 terhadap Y).....	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Tampilan Menu Aplikasi PLN Mobile	4
Gambar 1. 2. Jumlah Gangguan Berdasarkan Media Tahun 2024	12
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual Penelitian.....	48
Gambar 4. 1. Grafik Histogram	76
Gambar 4. 2. Normal Probability Plot	77
Gambar 4. 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	79

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 . Kuesioner Penelitian.....	104
Lampiran 2 . Profil Responden Penelitian	109
Lampiran 3 . Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	110
Lampiran 4 . Hasil Analisis Penelitian	124

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pelayanan publik merupakan rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan masyarakat atas barang, jasa, dan/atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara layanan, seperti Instansi Pemerintah maupun Badan Usaha Milik Negara (BUMN), sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik. Perkembangan teknologi yang semakin pesat, modern, dan kompleks mengakibatkan tuntutan masyarakat semakin meningkat dalam memenuhi kebutuhannya. Namun, pada kenyataannya, sering terdengar kekecewaan masyarakat terhadap birokrasi pemerintah atau perusahaan BUMN dalam pelayanan publik yang diberikan. Hal ini menunjukkan masih adanya kesenjangan antara harapan dan kenyataan pelayanan yang diterima oleh masyarakat (Dwiyanto, 2011). Ketidakpuasan tersebut sering disebabkan oleh kurangnya profesionalisme aparatur, prosedur yang berbelit-belit, serta kurangnya orientasi terhadap kepuasan pengguna layanan (Sedarmayanti, 2009). Pelayanan publik dianggap berpihak pada golongan tertentu, komunikasi yang dibangun oleh aparat penyedia layanan tidak ramah dan cenderung berbelit-belit (tidak efektif) dan memerlukan waktu yang cukup banyak sehingga tidak efisien, sehingga masih adanya pengaduan mengenai pelayanan publik dari masyarakat (Monim, 2022).

Era digitalisasi saat ini terus berkembang, memanfaatkan teknologi informasi menjadi sebuah kewajiban untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas dari beberapa sektor kerja termasuk dalam bidang sektor pelayanan. Adanya

aplikasi digital menjadi sebuah solusi untuk memperbaiki proses bisnis dan meningkatkan kinerja sebuah perusahaan (Choirinisa & Ikhwan, 2022).

Menghadapi era digitalisasi yang semakin pesat, setiap perusahaan perlu memastikan kesiapan infrastruktur teknologi sebagai fondasi utama. Infrastruktur yang kokoh dan terintegrasi, seperti jaringan internet yang andal, perangkat keras modern, serta sistem manajemen data yang efisien, merupakan elemen kunci dalam menunjang transformasi digital. Setelah infrastruktur ini terbangun, langkah berikutnya adalah meningkatkan keterampilan sumber daya manusia. Karyawan yang terampil dan melek teknologi akan mampu memanfaatkan fasilitas tersebut secara optimal, menyesuaikan penerapan teknologi dengan kebutuhan bisnis, dan memastikan perusahaan tetap kompetitif serta tidak tertinggal oleh perkembangan zaman.

PT Perusahaan Listrik Negara (PLN) adalah perusahaan milik pemerintah yang memiliki tanggung jawab utama dalam menyediakan, mendistribusikan, dan melayani kebutuhan listrik masyarakat di seluruh Indonesia. Dengan posisi strategis sebagai satu-satunya perusahaan yang memiliki otoritas penuh di sektor kelistrikan nasional, PLN berperan penting dalam mendorong pembangunan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan, dan memperluas infrastruktur di berbagai wilayah. Visi perusahaan adalah menjadi penyedia listrik terdepan di kawasan Asia Tenggara dan menjadi pilihan utama pelanggan dalam solusi energi. Untuk mewujudkan visi tersebut, PLN tengah menjalankan agenda transformasi yang berfokus pada empat pilar utama: ramah lingkungan (*Green*), efisien (*Lean*), inovatif (*Innovative*), serta berorientasi pada pelanggan (*Customer Focused*),

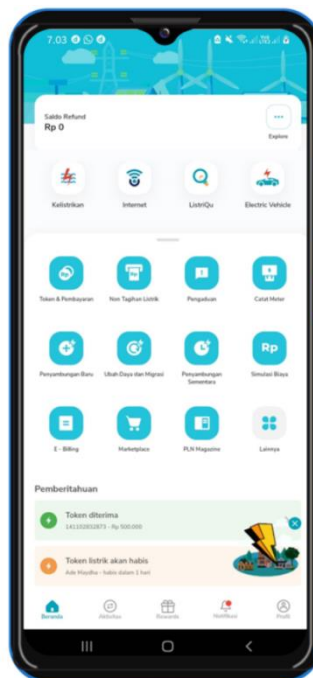
dengan tujuan utama menghadirkan listrik demi kehidupan yang lebih baik. Layanan PLN kini juga dapat diakses secara digital melalui aplikasi PLN Mobile yang tersedia di *PlayStore* dan *AppStore* (web.pln.co.id, 2024).

PLN telah menghadapi berbagai tantangan dan perubahan dalam mengelola infrastruktur ketenagalistrikan. Beberapa tantangan tersebut antara lain adalah peningkatan permintaan akan listrik yang berkelanjutan, pemeliharaan infrastruktur yang memadai, serta keberlanjutan dalam pengelolaan sumber daya energi. Di tengah dinamika pasar energi global dan tren teknologi yang berkembang pesat, PLN juga dituntut untuk terus berinovasi dan beradaptasi agar tetap kompetitif serta mampu memenuhi kebutuhan masyarakat akan listrik yang handal, terjangkau, dan ramah lingkungan (Sembiring, 2014).

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya dalam bentuk aplikasi berbasis *mobile*, telah membawa perubahan besar di berbagai sektor, termasuk sektor kelistrikan. PT PLN (Persero), sebagai BUMN yang memiliki tanggung jawab dalam penyediaan listrik nasional, turut mengadopsi teknologi digital guna meningkatkan kualitas layanan kepada pelanggan. Salah satu implementasinya adalah melalui aplikasi PLN Mobile, yang memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam mengakses informasi dan layanan kelistrikan secara cepat dan praktis. Selain itu, PLN juga terus melakukan inovasi dengan membangun infrastruktur digital, seperti penerapan *smart grid*, yang berfungsi untuk mengoptimalkan distribusi listrik secara real-time dan efisien. Inisiatif ini merupakan bagian dari strategi transformasi PLN dalam mendukung digitalisasi

nasional dan menjawab tuntutan pelanggan di era teknologi modern (Kementerian BUMN, 2020; PLN, 2023).

Inovasi yang diperkenalkan oleh PLN adalah aplikasi PLN Mobile, yang dirancang untuk memudahkan pelanggan dalam mengakses informasi terkait dengan tagihan, pemadaman listrik, dan layanan lainnya. Aplikasi ini merupakan wujud dari upaya PLN dalam mengadopsi digitalisasi pelayanan guna meningkatkan kepuasan pelanggan. Fenomena digitalisasi pelayanan dalam PLN, khususnya melalui aplikasi PLN Mobile, mencerminkan transformasi signifikan dalam cara perusahaan berinteraksi dengan pelanggan. Dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi mobile, PLN berupaya memberikan pengalaman pelayanan yang lebih baik dan efisien bagi pelanggan, serta mengoptimalkan penggunaan sumberdaya perusahaan (Sembiring, 2014).



Sumber: Aplikasi PLN Mobile, 2025

Gambar 1. 1. Tampilan Menu Aplikasi PLN Mobile

Aplikasi PLN Mobile merupakan bagian dari upaya transformasi yang dilakukan oleh PLN guna meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan. Sejak peluncurannya dengan tampilan serta berbagai fitur baru pada akhir tahun 2020, PLN secara berkelanjutan terus melakukan pembaruan fitur dan menyediakan berbagai layanan kepada pelanggan (Aristi, 2022).

Tabel 1.1 Fitur Terbaik PLN Mobile

No	Fitur	Keterangan
1	Kelistrikan	Anda dapat melakukan pemasangan baru dan memilih variasi daya sesuai dengan pilihan prabayar atau pascabayar. Selain itu, Anda juga dapat mencoba fitur Ubah Daya untuk menambah daya agar listrik Anda tidak mengalami gangguan. Apabila Anda mengadakan acara besar di rumah, Anda dapat mengajukan permohonan Penyambungan Sementara melalui aplikasi PLN Mobile.
2	Internet	Perkembangan teknologi yang pesat telah memengaruhi berbagai aspek kehidupan kita, yang kini semakin bergantung pada Internet. Peningkatan kualitas dan kecepatan yang berkelanjutan menjadi kebutuhan utama di rumah, kantor, serta berbagai lokasi lainnya, sehingga kami berkomitmen untuk memberikan layanan terbaik bagi Anda.
3	Perbaikan	Mempermudah pelanggan dalam memenuhi kebutuhan instalasi listrik di rumah, kantor, atau gedung saat mengalami gangguan. Pelanggan akan menerima notifikasi terkait work order dan dapat melakukan pelacakan status pesanan. Petugas PLN akan datang sesuai jadwal yang telah ditentukan, melakukan pemeriksaan, dan setelah pekerjaan selesai, pelanggan dapat memberikan persetujuan serta melakukan pembayaran.
4	SPKLU	Apabila Anda memiliki kendaraan listrik, lokasi pengisian dayanya dapat ditemukan di Stasiun Pengisian Kendaraan Listrik Umum (SPKLU). Untuk mengetahui lokasi pengisian daya kendaraan listrik Anda, silakan gunakan fitur Charge.In yang tersedia pada aplikasi PLN Mobile. Dengan fitur ini, Anda dapat menemukan SPKLU terdekat sesuai dengan lokasi Anda saat ini.

Sumber: web.pln.co.id, 2025

Sejak diperkenalkan dengan tampilan dan berbagai fitur baru pada akhir tahun 2020, transformasi PT PLN (Persero) dalam meningkatkan layanan kepada pelanggan melalui penyempurnaan aplikasi PLN Mobile, baik dari sisi frontend

maupun backend, telah memperoleh pengakuan positif dari berbagai pihak. Aplikasi super yang mempermudah dan mempercepat layanan bagi pelanggan PLN ini saat ini memperoleh peringkat 4,8 dari skala 5 di Google PlayStore, dengan sekitar 24,8 juta pengguna dan lebih dari 35 juta ID Pelanggan yang terdaftar (web.pln.co.id, 2024). Aplikasi PLN Mobile merupakan bagian integral dari upaya transformasi yang dilakukan PLN untuk meningkatkan pelayanan kepada pelanggan. Sejak peluncurannya dengan tampilan dan fitur baru pada akhir tahun 2020, PLN secara berkelanjutan terus melakukan pembaruan fitur dan menyediakan beragam layanan kepada pelanggan (Aristi, 2022).

Tujuan digitalisasi melalui aplikasi PLN Mobile adalah untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, pengalaman pelanggan dan kualitas pelayanan. Aplikasi ini dirancang untuk memberikan kemudahan akses bagi pelanggan terhadap berbagai layanan PLN, seperti pembayaran tagihan, pengaduan gangguan, pencatatan meter mandiri, hingga informasi pemadaman. Dengan pendekatan digital, PLN berupaya memenuhi harapan pelanggan akan layanan yang cepat, transparan, dan dapat diandalkan. Hal ini sejalan dengan komitmen PLN untuk bertransformasi menjadi perusahaan energi yang lebih modern dan berorientasi pada kebutuhan pelanggan, sehingga mendukung peningkatan kepercayaan dan loyalitas pengguna (Sembiring, 2014)

Kepuasan pelanggan adalah hasil yang dirasakan oleh pelanggan yang mengalami kinerja sebuah perusahaan yang sesuai dengan harapannya (Kotler & Keller, 2016). Pelanggan yang merasa puas akan menjadi asset yang sangat berharga bagi suatu perusahaan. Kepuasan pelanggan juga merupakan salah satu

kunci untuk menciptakan loyalitas, karena pelanggan yang puas akan cenderung loyal. Kepuasan akan muncul jika pelanggan menilai positif pengalaman transaksinya. Hubungan baik antara perusahaan dengan pelanggan akan menciptakan kepuasan pelanggan dan pelanggan akan tetap setia dan memberikan tanggapan yang baik tentang perusahaan dan produk dari perusahaan tersebut kepada orang lain (Sembiring & Suharyono, 2014).

Menurut Vial (2019), transformasi digital merupakan suatu proses yang bertujuan untuk memperbaiki entitas dengan mendorong perubahan signifikan pada karakteristiknya melalui perpaduan teknologi informasi, komputasi, komunikasi, dan konektivitas. Transformasi digital menitikberatkan pada proses dan strategi pemanfaatan teknologi digital guna mengubah operasional bisnis serta meningkatkan pelayanan kepada pelanggan. Transformasi digital ini sangat berperan dalam peningkatan kualitas pelayanan pelanggan, mengingat pelayanan pelanggan merupakan salah satu faktor yang memiliki pengaruh besar terhadap kepuasan pelanggan (Muryono, 2022).

Implementasi transformasi digital dalam sektor jasa memberikan dampak positif bagi PLN, mendukung upaya penyediaan energi listrik kepada seluruh masyarakat. Dalam penerapan layanan digital, informasi, ketepatan data, dan kecepatan layanan memiliki pengaruh yang signifikan. Aktivitas yang berkaitan dengan layanan pelanggan secara digital dilakukan melalui aplikasi yang dapat diakses menggunakan ponsel masing-masing pelanggan. Layanan ini dapat diakses oleh siapa saja, kapan saja, dan di mana saja selama terdapat jaringan internet. Kehadiran aplikasi ini memudahkan pelanggan sehingga tidak perlu lagi

mengunjungi kantor PLN terdekat untuk memperoleh pelayanan, karena melalui ponsel mereka dapat memeriksa jumlah konsumsi listrik serta tagihan yang harus dibayar. Selain itu, pelanggan juga dapat mengajukan pengaduan atau keluhan melalui aplikasi tersebut, yang dikenal dengan nama PLN Mobile (Pertiwi, 2024).

Transformasi digital yang dilaksanakan oleh PT PLN (Persero) selama tiga tahun terakhir telah menjadi titik perubahan signifikan bagi perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. Hasil dari transformasi digital ini memperoleh penghargaan dari berbagai pihak, dengan total 46 penghargaan di bidang inovasi teknologi dan digital yang diterima oleh PLN sepanjang tahun 2022 hingga 2023. Direktur Utama PLN, Darmawan Prasodjo, mengakui bahwa prestasi yang diraih PLN tersebut merupakan hasil kerja keras seluruh insan PLN di seluruh wilayah Indonesia serta dukungan dari Pemerintah (Trianto, 2023). Salah satu produk dari transformasi tersebut adalah peluncuran aplikasi New PLN Mobile. Sebelumnya, aplikasi PLN Mobile hanya diunduh oleh 500 ribu pengguna, namun ironisnya, setelah pengunduhan, sebanyak 450 ribu pengguna kemudian menghapus aplikasi tersebut dari perangkat mereka.

Kualitas pelayanan merupakan evaluasi pelanggan terhadap keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh (Parasuraman et al., 2019). Kualitas pelayanan memiliki peran penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Persepsi pelanggan mengenai kualitas pelayanan perusahaan, baik positif maupun negatif, sangat bergantung pada kesesuaian antara harapan dan kenyataan kualitas pelayanan yang diterima. Kualitas pelayanan yang dirasakan menjadi suatu ukuran untuk menilai kepuasan pelanggan. Apabila kualitas

pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka pelanggan akan merasa kecewa dan tidak puas, bahkan dapat menimbulkan dampak negatif lainnya bagi perusahaan (Tjiptono, 2019).

Dalam era digital saat ini, pengalaman pelanggan telah menjadi prioritas utama bagi perusahaan dalam menciptakan nilai tambah serta meningkatkan kepuasan pelanggan. Bagi perusahaan penyedia layanan publik seperti PT PLN (Persero), pengalaman pelanggan tidak sekadar merupakan pelengkap, melainkan telah menjadi faktor esensial yang menentukan keberhasilan layanan secara menyeluruh. Menurut Lemon dan Verhoef (2016), pengalaman pelanggan mencakup keseluruhan perjalanan pelanggan, mulai dari tahap pra-layanan, interaksi selama layanan, hingga tahap pasca-layanan, yang secara signifikan memengaruhi persepsi dan tingkat kepuasan secara keseluruhan.

PLN sebagai perusahaan penyedia listrik nasional menghadirkan PLN Mobile, sebuah aplikasi digital yang dirancang untuk memudahkan pelanggan dalam mengakses berbagai layanan, seperti pengecekan tagihan, pelaporan gangguan, pengajuan pemasangan baru, serta komunikasi langsung dengan petugas. Transformasi ini merupakan bagian krusial dalam upaya meningkatkan pengalaman pelanggan yang lebih efisien, cepat, dan personal. Namun demikian, keberadaan aplikasi ini tidak secara otomatis menjamin pengalaman pelanggan yang positif apabila tidak dikelola secara optimal. Menurut Gentile, Spiller, dan Noci (2007), pengalaman pelanggan bersifat multidimensional, meliputi aspek emosional, sensorik, dan fungsional yang harus dikelola secara terpadu.

Pengguna PLN Mobile berinteraksi dengan berbagai aspek layanan, mulai dari proses pendaftaran, navigasi aplikasi, kecepatan tanggapan atas pengaduan, hingga mutu tindak lanjut layanan teknis. Apabila selama proses tersebut pelanggan mengalami kesulitan, tidak memperoleh respons, atau terjadi kendala teknis, hal tersebut akan membentuk persepsi negatif terhadap kualitas pengalaman yang diterima. Meyer dan Schwager (2007) menyatakan bahwa pengalaman negatif lebih mudah diingat oleh pelanggan dibandingkan pengalaman positif, sehingga hal ini berdampak langsung pada kepuasan serta loyalitas jangka panjang.

Dalam pelaksanaannya, banyak pelanggan mengeluhkan bahwa meskipun layanan berbasis digital telah tersedia, aspek kejelasan informasi, kepastian waktu penanganan, dan interaksi yang bersifat humanis masih belum optimal. Hal ini menunjukkan bahwa transformasi digital seperti PLN Mobile harus diimbangi dengan pengelolaan pengalaman pelanggan yang komprehensif dan berfokus pada kebutuhan pelanggan. Pine dan Gilmore (1998) menegaskan bahwa perusahaan yang sukses adalah perusahaan yang tidak hanya menyediakan layanan, tetapi juga menciptakan pengalaman yang berkesan.

PLN saat ini tengah intensif melakukan sosialisasi kepada masyarakat mengenai aplikasi PLN Mobile sebagai sarana pelayanan kepada pelanggan. PLN Mobile merupakan aplikasi layanan pelanggan berbasis seluler yang terintegrasi dengan Aplikasi Pengaduan dan Keluhan Terpadu (APKT) serta Aplikasi Pelayanan Pelanggan Terpusat (AP2T). Melalui aplikasi ini, pelanggan dapat dengan lebih mudah memperoleh informasi dari PLN, sekaligus menggunakan aplikasi tersebut sebagai media pengaduan terkait permasalahan ketenagalistrikan

serta pelayanan PLN. Aplikasi digital ini merupakan langkah strategis PLN dalam memberikan layanan kepada pelanggan, selain melalui Contact Center 123 dan situs web resmi PLN. Aplikasi ini merupakan produk resmi PLN yang menyediakan layanan informasi dan komunikasi interaktif antara pelanggan dan PLN mengenai layanan ketenagalistrikan (Ramahdani et al., 2023).

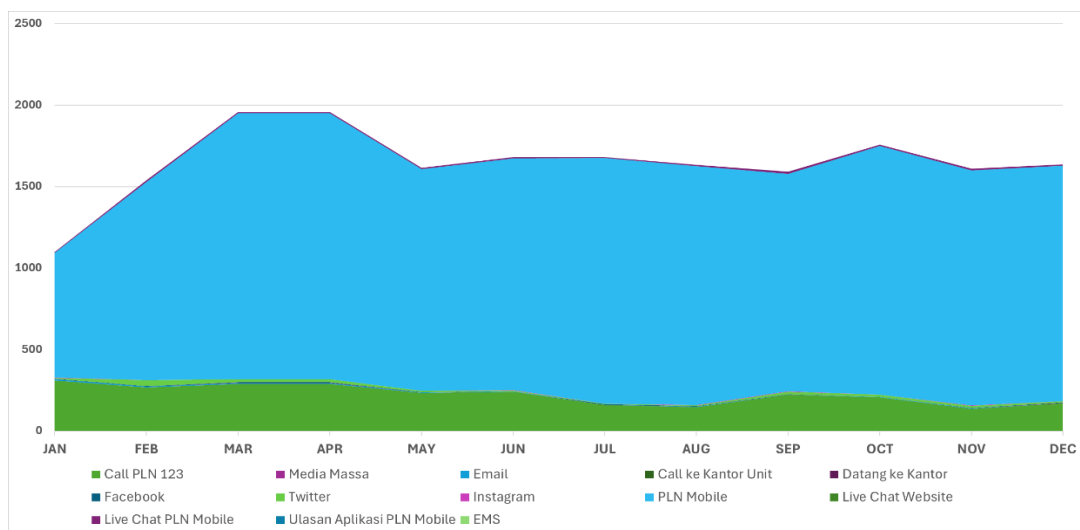
Sejak peluncuran aplikasi PLN Mobile, metode pelanggan dalam mengakses layanan PLN telah mengalami perubahan yang signifikan. Dengan antarmuka yang mudah digunakan dan layanan yang lebih transparan, pelanggan kini lebih cenderung memilih aplikasi tersebut untuk memenuhi kebutuhan mereka, sehingga turut mendukung PLN dalam meningkatkan kepuasan serta kepercayaan pelanggan (Sembiring, 2014).

Tabel 1.2 Rekapitulasi Gangguan Berdasarkan Media Lapor Pada PT PLN (Persero) ULP Seberang Kota

No	Nama Media	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags	Sep	Okt	Nov	Des
1	Call PLN 12	311	269	289	289	233	243	159	147	222	207	135	171
2	Media Massa	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3	Email	7	5	6	6	3	1	2	2	1	2	4	0
4	Call ke Knator Unit	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5	Datang ke Kantor	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1
6	Facebook	2	1	3	3	2	1	4	4	4	2	3	5
7	Twitter	7	37	18	18	9	4	2	5	15	11	13	7
8	Instagram	1	0	1	1	0	2	2	2	3	1	2	1
9	PLN Mobile	765	1216	1633	1633	1359	1421	1506	1466	1333	1526	1443	1443
10	Live Chat Website	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
11	Live Chat PLN Mobile	6	10	6	6	10	9	7	8	14	9	9	7
12	Ulasan Aplikasi PLN Mobile	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
13	EMS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL		1099	1538	1957	1957	1616	1681	1682	1634	1592	1758	1609	1635

Sumber: Data Internal PT PLN (Persero) ULP Seberang Kota, 2024

Pada Tabel 1.2 menunjukkan rekapitulasi gangguan berdasarkan media lapor di PT PLN (Persero) ULP Seberang Kota. Melalui Aplikasi PLN Mobile, Pelanggan dapat secara langsung memberikan penilaian atas performa pelayanan petugas Teknik PLN. Fenomena rating negatif yang ada saat ini di PLN mencerminkan pola ketidakpuasan yang muncul dari sebagian pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh Perusahaan Listrik Negara. Pengalaman pelanggan yang sering kali diwarnai oleh pemadaman listrik yang tidak terjadwal, tagihan yang dianggap tidak akurat, serta kurangnya respons terhadap keluhan menjadi pemicu utama dari ketidakpuasan ini. Selain itu, masalah administratif seperti kesulitan dalam proses pembayaran tagihan juga menjadi faktor yang ikut memperkuat fenomena ini (web pln.co.id).



Sumber: Data Internal PT PLN (Persero), 2024

Gambar 1. 2. Jumlah Gangguan Berdasarkan Media Tahun 2024

Pada Gambar 1.2 menunjukkan bahwa fenomena digitalisasi pelayanan di PLN, dengan fokus pada penggunaan aplikasi PLN Mobile sebagai salah satu sarana untuk percepatan pelayanan, melalui pemahaman yang komprehensif

tentang digitalisasi ini, diharapkan dapat tergambar dengan jelas bagaimana PLN bertransformasi dalam menghadapi tantangan dan peluang pada era teknologi digital.

Tabel 1.3 Rekapitulasi Rating Pada PT PLN (Persero) ULP Seberang Kota Tahun 2024

No	Bulan	Laporan						Rating						Non Rating		
		Total	Belum Selesai		Sudah Selesai		Bintang									
			Jmlh	%	Jmlh	%	Jmlh	%	1	2	3	4	5	Indeks	Jmlh	%
1	Januari	1099	1099	100%	0	%	225	20.47%	0	0	0	0	225	5	874	79.53%
2	Februari	1534	1534	100%	0	%	481	31.36%	0	0	0	1	480	5	1053	68.64%
3	Maret	1951	1951	100%	0	%	608	31.16%	0	0	0	0	608	5	1343	68.84%
4	April	1614	1614	100%	0	%	507	31.41%	1	0	0	0	506	5	1107	68.59%
5	Mei	1686	1686	100%	0	%	575	34.1%	0	0	0	0	575	5	1111	65.9%
6	Juni	1879	1879	100%	0	%	622	33.1%	0	0	0	0	622	5	1257	66.9%
7	Juli	1680	1680	100%	0	%	651	38.75%	0	0	0	0	651	5	1029	61.25%
8	Agustus	1634	1634	100%	0	%	608	37.21%	1	0	0	0	607	5	1026	62.79%
9	September	1578	1578	100%	0	%	441	27.95%	0	0	0	0	441	5	1137	72.05%
10	Oktober	1757	1757	100%	0	%	459	26.12%	0	0	1	1	457	5	1298	73.88%
11	November	1606	1606	100%	0	%	523	32.57%	0	0	0	1	522	5	1083	67.43%
12	Desember	1635	1635	100%	0	%	489	29.91%	0	0	0	0	489	5	1146	70.09%
Total Pengaduan		19653	19653				6189	0	2	0	1	3	6183		13464	

Sumber: Data Internal PT PLN (Persero) ULP Seberang Kota, 2024

Pada Tabel 1.3 dan Tabel 1.4 menunjukkan rekapitulasi rating pada PT PLN (Persero) ULP Seberang Kota tahun 2024. Selama tahun 2022, 2023 dan 2024, laporan rating negatif dan keluhan pelanggan terhadap PLN semakin meningkat, menggambarkan adanya ketidaksempurnaan dalam penyediaan layanan listrik.

Tabel 1.4 Jumlah Rating Negatif Pada PT PLN (Persero) ULP Seberang Kota Tahun 2022-2024

No	Bulan	Tahun		
		2022	2023	2024
1	Januari	1	-	-
2	Februari	-	-	-
3	Maret	-	1	-
4	April	-	-	1
5	Mei	-	1	-
6	Juni	-	2	-
7	Juli	-	1	-
8	Agustus	-	1	1
9	September	-	-	-
10	Oktober	-	-	-
11	November	1	-	-
12	Desember	-	-	-

No	Bulan	Tahun		
		2022	2023	2024
	Total	2	6	2

Sumber: Data Internal PT PLN (Persero) ULP Seberang Kota, 2024

Pada Tabel 1.4 menunjukkan rating negatif pada PT PLN (Persero) ULP Seberang Kota tahun 2022-2024. Rating negatif yang diberikan oleh pelanggan di aplikasi PLN Mobile dapat menjadi indikasi tidak hanya terhadap kegagalan teknis yang terjadi, tetapi juga terhadap respons dan penanganan yang tidak memuaskan dari pihak PLN. Oleh karena itu, penting bagi PLN untuk terus meningkatkan pelayanan teknisnya guna mengurangi kemungkinan terjadinya rating negatif tersebut. Pelayanan teknis PLN untuk menciptakan kepuasan pelanggan yang optimal menjadi sangat relevan dalam konteks upaya meningkatkan kualitas pelayanan secara keseluruhan, serta dalam rangka menjaga reputasi perusahaan di mata pelanggan melalui aplikasi PLN Mobile. Dengan memberikan perhatian yang lebih pada aspek teknis dan responsifitas dalam penanganan gangguan, diharapkan PLN dapat meningkatkan kepuasan pelanggan secara signifikan dan mengurangi kemungkinan rating negatif di aplikasi PLN Mobile.

Pemadaman listrik yang sering tidak hanya mengganggu aktivitas sehari-hari, tetapi juga memberikan dampak ekonomi yang signifikan terutama bagi pelanggan bisnis. Tagihan yang tidak akurat atau tidak sesuai dengan konsumsi dapat menciptakan ketidakpercayaan pelanggan terhadap transparansi dalam proses penagihan PLN. Respons yang lambat atau tidak memuaskan terhadap keluhan pelanggan juga memberikan kesan bahwa PLN tidak sensitif terhadap kebutuhan pelanggan mereka.

Tabel 1.5 Jumlah Gangguan Pada PT PLN (Persero) ULP Seberang Kota Tahun 2022-2024

No	Bulan	Tahun		
		2022	2023	2024
1	Januari	759	874	1099
2	Februari	885	627	1534
3	Maret	1328	1243	1951
4	April	1028	1149	1614
5	Mei	954	1457	1686
6	Juni	940	1360	1879
7	Juli	899	1032	1680
8	Agustus	977	1004	1634
9	September	1011	950	1578
10	Oktober	1192	965	1757
11	November	1856	911	1606
12	Desember	1080	1159	1635
Total		12.909	12.731	19.653

Sumber: Data Internal PT PLN (Persero) ULP Seberang Kota, 2024

Pada Tabel 1.5 menunjukkan jumlah gangguan listrik di PT PLN (Persero) ULP Seberang Kota mengalami fluktuasi dari tahun 2022 hingga 2024, dengan tren peningkatan signifikan pada 2024. Setelah sedikit menurun dari 12.909 gangguan (2022) ke 12.731 gangguan (2023), jumlahnya melonjak tajam menjadi 19.653 gangguan (2024), meningkat sekitar 54% dibandingkan tahun sebelumnya. Bulan dengan gangguan tertinggi pada 2024 adalah Juni (1.879 kasus), sementara gangguan terendah terjadi pada Januari (1.099 kasus). Meskipun ada perbaikan secara tahunan, pola gangguan yang bervariasi menunjukkan perlunya analisis lebih lanjut terhadap faktor-faktor penyebab, terutama di bulan-bulan dengan perubahan signifikan.

Tabel 1.6 Rekapitulasi Data Realisasi *Response Time* atas Gangguan Tahun 2024

No	Bulan	Tahun 2024	
		Target	Realisasi
1	Januari	30 Menit	20,28 Menit
2	Februari	30 Menit	20,07 Menit
3	Maret	30 Menit	20,25 Menit
4	April	30 Menit	19,53 Menit
5	Mei	30 Menit	19,15 Menit
6	Juni	30 Menit	18,80 Menit
7	Juli	30 Menit	18,77 Menit
8	Agustus	30 Menit	18,91 Menit
9	September	30 Menit	19,07 Menit
10	Oktober	30 Menit	19,07 Menit
11	November	30 Menit	19,14 Menit
12	Desember	30 Menit	19,16 Menit

Sumber: Data Internal PT PLN (Persero) ULP Seberang Kota, 2024

Berdasarkan Tabel 1.6 menunjukkan data *response time* gangguan di PLN ULP Seberang Kota selama tahun 2024, diketahui bahwa target waktu tanggap penanganan gangguan ditetapkan sebesar 30 menit setiap bulan, namun realisasi yang dicapai secara konsisten berada di bawah target, dengan kisaran antara 18,77 hingga 20,28 menit. Capaian ini mencerminkan adanya kinerja pelayanan teknik yang responsif dan efisien, serta menunjukkan bahwa petugas teknik mampu merespon gangguan secara lebih cepat dari standar yang ditetapkan. Hal ini menjadi indikasi positif terhadap upaya peningkatan kualitas pelayanan, khususnya dalam aspek kecepatan penanganan sebagai bagian dari dimensi responsiveness.

Selain peningkatan dalam aspek kecepatan pelayanan teknis, fenomena yang muncul terkait pelayanan pelanggan secara digital adalah pemanfaatan aplikasi yang dapat diakses melalui *smartphone* masing-masing pelanggan. Pelayanan dapat dilakukan di mana saja, kapan saja, dan oleh siapa saja asalkan

terhubung dengan jaringan internet. Saat ini, setiap pelanggan tidak perlu lagi datang langsung ke kantor pelayanan, cukup melalui smartphone, mereka dapat memeriksa jumlah konsumsi listrik serta besaran tagihan yang harus dibayarkan. Pengaduan dan keluhan juga dapat disampaikan melalui aplikasi ini, sehingga pelanggan dapat dengan mudah mengkomunikasikan kebutuhan pelayanan mereka.

Perusahaan Listrik Negara (PLN), sebagai penyedia utama layanan listrik di Indonesia, memiliki komitmen untuk memberikan pelayanan teknis yang optimal kepada pelanggan guna mencapai tingkat kepuasan yang tinggi. Pelayanan teknis berkualitas tidak hanya esensial untuk menjamin kelancaran pasokan listrik, tetapi juga untuk memelihara hubungan yang baik dengan pelanggan. Pelayanan teknis yang optimal meliputi berbagai aspek, seperti penanganan gangguan listrik, pemeliharaan jaringan distribusi, perbaikan sistem kelistrikan, serta berbagai layanan teknis lainnya. Respons yang cepat terhadap gangguan, kualitas perbaikan yang memadai, serta komunikasi yang efektif antara PLN dan pelanggan merupakan faktor kunci dalam menciptakan kepuasan pelanggan yang maksimal.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, rumusan masalah penelitian ini adalah mengenai pengaruh transformasi layanan digital, kualitas pelayanan teknik, dan pengalaman pelanggan pengguna PLN Mobile terhadap kepuasan pelanggan pada PT PLN (Persero) ULP Seberang Kota UP3 Jambi. Hal tersebut didasarkan pada temuan yang menunjukkan adanya perbedaan pengaruh transformasi layanan digital, kualitas pelayanan, dan pengalaman pelanggan terhadap tingkat kepuasan pelanggan.jd km

Beberapa studi sebelumnya yang meneliti dampak transformasi layanan digital terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan hasil yang bervariasi. Sejumlah penelitian, antara lain yang dilakukan oleh Härkönen (2024), Ekechi (2024), Khan (2024), Dangaiso (2023), Mijač (2023), dan Ghonim (2022), menyatakan bahwa layanan digital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa penerapan teknologi digital dalam pelayanan dapat meningkatkan pengalaman serta kepuasan pengguna.

Namun, penelitian yang dilakukan oleh Rafli (2024) menunjukkan hasil yang berbeda, dengan menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Perbedaan hasil ini mengindikasikan bahwa aspek layanan digital dan kualitas produk dapat memberikan dampak yang bervariasi, tergantung pada konteks serta variabel yang digunakan dalam penelitian tersebut.

Faktor kedua yang berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Aeny (2023), Kim (2023), Chien dan Chi (2023), Marlina W et al (2022), Chuenyindee (2022), Ali dan Gardi (2021), Tran dan Le (2020), serta Fida dan Ahmed (2020), kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil-hasil tersebut menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan akan berbanding lurus dengan peningkatan tingkat kepuasan konsumen.

Namun demikian, penelitian yang dilakukan oleh Maimunah (2019) menunjukkan hasil yang berbeda, yaitu bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Di sisi lain, penelitian

yang dilaksanakan oleh Alvino (2020) serta Kalam dan Roostika (2019) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Perbedaan temuan ini mengindikasikan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dapat bervariasi sesuai dengan konteks, metode penelitian, serta karakteristik responden yang digunakan dalam masing-masing studi.

Faktor ketiga yang memengaruhi kepuasan pelanggan adalah pengalaman pelanggan. Berbagai penelitian sebelumnya yang menelaah dampak pengalaman pelanggan terhadap kepuasan menunjukkan hasil yang beragam. Beberapa studi, antara lain oleh Minh Tri HA (2021), Simanjuntak & Purba (2022), Kevin & Herdinata (2023), Setiawan et al. (2023), Suharto & Hoti (2023), serta Tjahjaningsih et al. (2020), menyimpulkan bahwa pengalaman pelanggan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan sejenis juga diungkapkan oleh Ali et al. (2014), Liu et al. (2016), Jaiswal & Singh (2020), dan Gloor et al. (2021) dalam konteks industri perhotelan, perdagangan elektronik, serta layanan digital, yang menunjukkan bahwa kualitas interaksi, kenyamanan, dan aspek emosional dalam pengalaman layanan mampu meningkatkan persepsi kepuasan pelanggan.

Namun demikian, temuan yang berbeda diperoleh dari beberapa penelitian lainnya. Putra et al. (2022), Fachri (2023), dan Syahputra & Kussudyarsana (2021) melaporkan bahwa pengalaman pelanggan tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, khususnya dalam konteks B2B pada sektor makanan dan minuman serta industri perhotelan lokal. Penelitian yang dilakukan

oleh Senjaya (2020) dan Imam Tahyudin (2013) juga mengindikasikan bahwa beberapa dimensi pengalaman pelanggan tidak selalu memberikan dampak signifikan terhadap kepuasan. Bahkan, Jiang et al. (2022) menemukan bahwa partisipasi pelanggan dapat memberikan pengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan dalam kondisi tertentu. Variasi hasil tersebut menegaskan bahwa pengaruh pengalaman pelanggan terhadap kepuasan sangat dipengaruhi oleh konteks industri, karakteristik pelanggan, serta keberadaan variabel mediasi seperti nilai pelanggan (customer value) atau keterlibatan pelanggan (customer engagement) dalam model analisis yang diterapkan.

Dalam penelitian ini akan dilaksanakan pengujian lanjutan terhadap temuan-temuan empiris yang mencakup variabel independen berupa transformasi layanan digital, kualitas pelayanan, serta pengalaman pelanggan terkait dengan kepuasan pelanggan. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti terdorong untuk melaksanakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Transformasi Layanan Digital, Kualitas Pelayanan Teknik dan Pengalaman Pelanggan Pengguna Aplikasi PLN Mobile Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT PLN (Persero) ULP Seberang Kota UP3 Jambi”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, permasalahan yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana transformasi layanan digital memengaruhi kepuasan pelanggan di PT PLN (Persero) ULP Seberang Kota UP3 Jambi?

2. Bagaimana kualitas pelayanan teknik memengaruhi kepuasan pelanggan di PT PLN (Persero) ULP Seberang Kota UP3 Jambi?
3. Bagaimana pengalaman pelanggan memengaruhi kepuasan pelanggan di PT PLN (Persero) ULP Seberang Kota UP3 Jambi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah ditetapkan dalam penelitian ini, tujuan yang hendak dicapai adalah memperoleh bukti melalui analisis pengaruh transformasi layanan digital, kualitas pelayanan teknis, serta pengalaman pelanggan pengguna aplikasi PLN Mobile terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada PT PLN (Persero) ULP Seberang Kota UP3 Jambi.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi perusahaan terkait dengan manajemen pemasaran sebagai bahan evaluasi dalam pengambilan keputusan di masa yang akan datang mengenai kepuasan pelanggan di PT PLN (Persero) ULP Seberang Kota UP3 Jambi.

1.4.2 Manfaat Teoritis

Penelitian ini dilakukan guna mengembangkan pengetahuan mengenai kepuasan pelanggan serta untuk menambah informasi, memberikan kontribusi penelitian, bahkan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Abd-El-Salam, E. M., & Shawky, A. Y. (2023). The Impact of Corporate Image, Reputation and Service Quality on Customer Satisfaction and Customer Loyalty: Testing The Mediating Role. Case Analysis in An International Service Company. *The Business & Management Review*, Vol. 3 (2).
- Aeny, N. (2023). The Effect of Price and Service Quality on Customer Satisfaction Online Transportation Services. *Journal of Reseach in Business, Economics, and Education*, Vol. 1 (1).
- Ajaleen, Y. S. Al. (2023). The Effect of Service Quality on Customer Satisfactions in Jordanian Telecommunications Companies. *Social Science Journal*.
- Ali, B. J., & Gardi, B. (2021). Hotel Service Quality: The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Hospitality. *International Journal of Engineering, Business and Management (IJEEM)*, Vol. 5 (3)(ISSN: 2456-8678).
- Alvino, G. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Karoeseri Kandang Elf). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*.
- Alzoubia, H., Alshuridehb, M., & Kurdic, B. Al. (2020). Do Perceived Service Value, Service Quality, Price Fairness and Service Recovery Shape Customer Satisfaction and Delight? A Practical Study in The Service Telecommunication Context. *Uncertain Supply Chain Management*, Vol. 8, 579–588.
- Amarta, P. C. (2024). Pengaruh Teknologi Digital Dalam Perkembangan Layanan Perbankan Syariah, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ilmiah Research and Development Student*, Vol. 2 (3)(ISSN: 2988-5922), 134–145.
- Aristi, S. (2022). *Layanan Kelistrikan Kian Mudah dan Cepat, Ini Kata Pelanggan PLN Tentang PLN Mobile*. <https://web.pln.co.id/cms/media/siaran-pers/2022/07/layanan-kelistrikan-kian-mudah-dan-cepat-ini-kata-pelanggan-pln-tentang-pln-mobile/>
- Ashiq, R. (2023). Exploring The Effects of Digital Service and Trust on Consumers Satisfaction and Loyalty: Insights From Online Shoppers in Pakistan. *Journal of Electronic Business & Digital Economics*, ISSN: 2754-4214.
- Barry Libert, M. B. (2016). *7 Questions to Ask Before Your Next Digital Transformation*. *Change Management*. <https://hbr.org/2016/07/7-questions-to-ask-before-your-next-digitaltransformation>
- Cameran, M. (2020). Customer Satisfaction, Corporate Image and Service Quality in Professional Services. *The Service Industries Journal*, Vol. 30.
- Carvalho, H. (2023). The Relations Between Product Quality, Price, Service

- Quality on Customer Satisfaction. *Timor Leste Journal of Business and Management*, Vol. 2 (2), 14–26.
- Chien, L., & Chi, S. (2023). Corporate Image and Service Quality on Customer Satisfaction: Difference Across Categorized Exhibitors. *Heliyon Journal*, Vol. 5 (3).
- Choirinisa, A. A., & Ikhwan, K. (2022). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Digital Terhadap Efektivitas Kerja Pegawai. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, Vol. 2 (5), 483–492.
- Chuenyindee, T. (2022). Public Utility Vehicle Service Quality and Customer Satisfaction in The Philippines During The COVID-19 Pandemic. *Journal Utilities Policy*, Vol. 75.
- Connie. (2023). The Effect of Brand Image and Service Quality on Customer Satisfaction. *International Journal of Management*, Vol. 22, 325–339.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2014). *Business research methods* (12th ed.). McGraw-Hill Education.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Dam, S. M., & Cuong, T. (2021). Relationships Between Service Quality, Brand Image, Price, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, Vol. 8 (3), 0585–0593.
- Dangaiso, P. (2023). Examining the Interplay of Digital Service, Word of Mouth on Satisfaction: A Post Pandemic Customer Perspective. *Cogent Social Science*, Vol. 10.
- Ekechi, C. C. (2024). AI-Infused Chatbots for Customer Support: A Cross Country Evaluation of User Satisfaction in The USA and The UK. *International Journal of Management & Entrepreneurship Research*, Vol. 6 (4).
- Esmailpour, M., & Barjoei, S. (2021). The Effect of Corporate Image on Customer Satisfaction Through Brand Equity. *Advances in Management & Applied Economics*, Vol. 6 (4)(ISSN: 1792-7544), 95–105.
- Fida, B. A., & Ahmed, U. (2020). Impact of Service Quality on Customer Loyalty and Customer Satisfaction in Islamic Banks in the Sultanate of Oman. *Sage Journal International*, 1–10.
- Fornell, C. (1992). A National Customer Satisfaction Barome- Ter: The Swedish Experience. *Journal Of Marketing*, Vol. 56(1), 6–21.
- Ghonim, M. A. (2022). The Impact of Marketing 4.0 on Customer Satisfaction and Engagement: The Distinctive Role of Brand Interaction in The Egyptian Hotel Industry. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, Vol. 25.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Härkönen, H. (2024). Impact of Digital Services on Satisfaction Social Welfare: An Umbrella Review. *International Journal of Nursing Studies*, Vol. 152.
- Haron, R., Subar, N. A., & Ibrahim, K. (2020). Service Quality of Islamic Banks: Satisfaction, Loyalty and The Mediating Role of Trust. *Islamic Economic Studies*, ISSN: 1319-1616.
- Hart, A. E., & Rosenberger, P. J. (2019). The Effect of Corporate Image in The Formation of Customer Satisfaction: An Australian Replication. *Sage Journals*, Vol. 12.
- Ifeoma, J., Catherine, C., & Etim, B. (2023). Service Quality and Customer Satisfaction of Online Retail Stores in Enugu, Nigeria Title. *International Journal of Business Systems and Economics*, Vol. 14(ISSN: 2360-9923), 24–34.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Kalam, R., & Roostika, R. R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada “Warunk Upnormal” di Gejayan Yogyakarta. *Jurnal Universitas Islam Indonesia*.
- Karim, R. Al. (2020). The Relationships of Corporate Image on Customer Satisfaction. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*.
- Khan, M. R. (2024). The Impact of Technology Digital Service on Bangladeshi Banking Consumers’ Satisfaction During The Pandemic Situation: Green Development and Innovation Perspective in Banking Service. *Innovation and Green Development*, Vol. 3 (2).
- Kim, K.-J. (2023). The Influences of Service Quality, Product Quality and Price in University Foodservice on Customer Satisfaction. *Culinary Science and Hospitality Research*, Vol. 13, 127–136.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). PT Indeks.
- Kuncoro, M. (2018). *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi* (5th ed.). Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YPKN.
- Liat, C. B. (2022). Hotel Service Influences of Corporate Image, Service Quality and Generational Differences in The Relationship Between Customer Satisfaction and Customer Loyalty. *Journal of Global Marketing*, Vol. 30.
- Lutfiyani, V., & Soliha, E. (2019). Pengaruh Citra Perusahaan, Kepercayaan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan (Studi pada KSPPS Bondho Ben Tumoto Semarang). *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis*.
- Malhotra, N. K. (2019). *Marketing research: An applied orientation* (7th ed.). Pearson Education.
- Maimunah, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Ekonomi*

Dan Bisnis, Vol. 1 (2)(ISSN: 2622-6367).

- Mamakou, X. J. (2023). Measuring Customer Satisfaction in Electronic Commerce: The Impact of Digital Service and User Experience. *International Journal of Quality & Reliability Management*, ISSN: 0265-671X.
- Mareta, S. N. (2024). Peran Transformasi Digital Terhadap Kepuasan Nasabah Green Banking. *Journal of Waqf and Islamic Economic Philanthropy, Vol. 1 (3)*, 1–11.
- Masitoh, N. (2023). Pengaruh Layanan Digital Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Tasikmalaya. *Jurnal Perbankan Dan Keuangan, Vol. 4 (1)*.
- Meida, F., Astuti, M., & Nastiti, H. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce Sociolla Di Era Pandemic Covid-19. *Jurnal Ikraith- Ekonomika, Vol. 5 (2)*.
- Mijač, T. (2023). The Role of User Experience and Co-Creation in Measuring The Success of Digital Services in Higher Education. *Behaviour & Information Technology, Vol. 43*.
- Minkiewicz, J., & Evans, J. (2021). Corporate Image on Customer Satisfaction in The Leisure Services Sector. *Journal of Services Marketing, Vol. 25*, 190–201.
- Monim, C. J., Massie, J. D. D., & Poluan, J. G. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Pada RSUP Prof Dr. R. D. Kandou Manado. *Jurnal EMBA, Vol. 10*(ISSN 2303-1174), 1156–1168.
- Mulyono, D. A. (2022). Pengaruh Penggunaan Aplikasi PLN Mobile Sebagai Implementasi E-Service Quality Dalam Transformasi Digitalisasi Pelayanan PT PLN (Persero) Unit Induk Wilayah Sulawesi Selatan Tenggara Barat. *Jurnal Universitas Hasanuddin*.
- Muryono, D. A. (2022). *Pengaruh Penggunaan Aplikasi PLN Mobile Sebagai Implementasi E-Service Quality Dalam Transformasi Digitalisasi Pelayanan PT PLN (Persero) Terhadap Kepuasan Pelanggan*.
- Navanti, D. (2024). Dampak Transformasi Digital dan Literasi Digital Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Bersaing Bisnis di Era Moderen (Studi Pustaka). *Indonesian Journal of Economics and Strategic Management, Vol. 2 (1)*, 1329–1340.
- Neuman, W. L. (2014). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches* (7th ed.). Pearson Education Limited.
- Nova Nur, A., Zunaidah, & Marlina, W. (2022). Pengaruh Lingkungan Kerja dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai BLUD di RSUD Palembang Bari Pada Masa Pandemi Covid-19. *Master Thesis, Sriwijaya University*.
- Owino, E. (2023). The Influence Of Service Quality and Corporate Image On Customer Satisfaction Among University Students In Kenya. *Journal of of*

Philosophy in Business Administration.

- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2019). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*.
- Pereira, G. V. (2024). The Influence of Marketing Mix and Digital Service on Purchasing Decisions Mediated by Consumer Satisfaction at Timor Telecom. *Journal of Digitainability, Realism & Mastery, Vol. 3 (2)*, 8–21.
- Pertiwi, N. P. (2024). Analisis Penerapan Aplikasi Transformasi Digital PLN Mobile Guna Meningkatkan Kinerja Karyawan dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT PLN (Persero) Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan (UP3) Surabaya Barat. *Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, Vol. 6 (6)*, 4367–4376.
- Purwanti, N. D. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus: PT. PLN (Persero) Rayon Malang Kota). *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Sistem Industri*.
- Puspasari, A. (2020). The Effect of Service Quality and Company Image on Customer Satisfaction and Their Impact on Customer Loyalty Indihome. *International Journal of Social and Management Studies, Vol. 3 (2)*, 220–233.
- Rafli, M. (2024). Pengaruh Layanan Digital, Pengalaman Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah dan Dampaknya Pada Loyalitas Nasabah Pengguna Mobile Banking Livin Mandiri. *Jurnal Ilmiah Indonesia, Vol. 9 (5)*(ISSN: 2541-0849).
- Rajasulochana, & Khizerulla, M. (2022). Service Quality In SBI: An Assessment of Customer Satisfaction on E-Banking Services. *Journal of Positive School Psychology, Vol. 6 (6)*, 4585–4590.
- Ramahdani, L., Putri, D. K., & Zainarti. (2023). Analisis Penerapan Aplikasi Digital Guna Meningkatkan Kinerja Karyawan Pada PT PLN (Persero). *Jurnal Ilmiah Research Student (JIRS), Vol. 1 (1)*, 172–180.
- Resika, Y., Wahab, Z., & Shihab, M. S. (2019). Customer Perceived Value dan Customer Trust: Identifikasi Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Go-car. *Journal of Management and Bussiness Review, Vol. 16*, 1–22.
- Republik Indonesia. (2009). Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 112.
- Risdah. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT PLN (Persero) Unit Layanan Pelanggan Karebosi di Kota Makassar Utara. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*.
- Rolando, A. (2018). *Manajemen pemasaran jasa*. Penerbit Andi.
- Rogers, D. L. (2016). *The digital transformation playbook: Rethink your business*

for the digital age. Columbia University Press.

- Safari, A. (2024). The Influence of Digital Service on Customer Satisfaction With Brand Trust as a Moderating Variable. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, Vol. 8 (2).
- Sallam, M. A. (2021). An Investigation of Corporate Image Effect on Customer Satisfaction and Trust. *International Journal of Business Administration*, Vol. 7 (3).
- Sanusi, A. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.
- Sapiri, M., & Awaluddin, M. (2024). Layanan Mobile Digital Islamic Network dan Kepuasan Nasabah PT Bank Muamalat. *Study of Scientific and Behavioral Management*, Vol. 5 (1), 80–88.
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2019). *Research methods for business students* (8th ed.). Pearson Education Limited.
- Schindler, P. S. (2019). *Business research methods* (13th ed.). McGraw-Hill Education.
- Sedarmayanti. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Refika Aditama.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2019). *Research methods for business: A skill-building approach* (8th ed.). Wiley.
- Sembiring, I. J., & Suharyono. (2014). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 15.
- Sholichah, M. (2022). The Importance of Product Quality, Price Perception and Service Quality in Achieving Customer Satisfaction. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, Vol. 5 (1)(e-ISSN: 2615-3076), 5457–5471.
- Sugiyono. (2016). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Tjiptono. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Andi.
- Tran, V. D., & Le, N. M. T. (2020). Impact of Service Quality and Perceived Price on Customer Satisfaction and Behavioral Intentions: Evidence from Convenience Stores in Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, Vol. 7 (9), 517–526.
- Trianto, G. A. (2023). *Transformasi Digital, Titik Perubahan Besar Layanan PLN yang Mudahkan Pelanggan, Diapresiasi Banyak Pihak*. <https://web.pln.co.id/media/siaran-pers/2023/04/transformasi-digital-titik-perubahan-besar-layanan-pln-yang-mudahkan-pelanggan-diapresiasi-banyak-pihak>
- Tsai, C.-C. (2024). Impact of Authenticity Perception, Digital Service on Customer

- Satisfaction Under Contactless Services. *Journal of MDPI*, Vol. 12.
- Uzir, M. U. H., & Halbusi, H. Al. (2021). The Effects of Service Quality, Perceived Value and Trust in Home Delivery Service Personnel on Customer Satisfaction: Evidence From a Developing Country. *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 63.
- Vial, G. (2019). Understanding Digital Ttransformation: A Review and a Research Agenda. *The Journal of Strategic Information Systems*, Vol. 28, 118–144.
- Wang, C.-C. (2020). Corporate Image on Customer Satisfaction. *Total Quality Management & Business Excellence*, Vol. 31.
- Weiwei, T. (2022). Impact of Corporate Image and Corporate Reputation on Customer Satisfaction: A Review. *Management Science and Engineering*, Vol. 1 (2), 57–62.
- Wijanarko, A. (2020). Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kospin Jasa. *Jurnal Ekonomi Dan Industri*, Vol. 21(ISSN: 2656-3169).
- Yazid, A. S., & Mkheimer, I. (2020). The Effect of Corporate Image on Customer Satisfaction: The Mediating Effect of Customer Loyalty. *The Journal of Research on the Lepidoptera*, Vol. 51, 124–138.
- Zameer, H., & Tara, A. (2020). Impact of Service Quality, Corporate Image and Customer Satisfaction Towards Customers Perceived Value in The Banking Sector in Pakistan. *International Journal of Bank Marketing*, ISSN: 0265-2323.