

**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE*, PROMOSI DAN *E-SERVICE*
QUALITY TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN APLIKASI PLN *MOBILE*
DI UNIT LAYANAN PELANGGAN KEPULAUAN KANGEAN**

SKRIPSI



Oleh:

MOHAMAD RIZKI RAMADHANI

NIM: 20181221058

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

2023

**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE*, PROMOSI DAN *E-SERVICE*
QUALITY TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN APLIKASI PLN *MOBILE*
DI UNIT LAYANAN PELANGGAN KEPULAUAN KANGEAN**

Diajukan guna memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh
gelar Sarjana Manajemen



Oleh:

MOHAMAD RIZKI RAMADHANI

NIM: 20181221058

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA

2023

PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Mohamad Rizki Ramadhani

NIM : 20181221058

Program studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini , benar-benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian ataupun seluruhnya.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil plagiasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Surabaya, 08 Februari 2023

Yang membuat pernyataan,



Mohamad Rizki Ramadhani

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE*, *PROMOSI* DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN APLIKASI PLN *MOBILE* DI UNIT LAYANAN PELANGGAN KEPULAUAN KANGEAN

Diajukan Oleh :

MOHAMAD RIZKI RAMADHANI

NIM : 20181221058

Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh :

Dosen Pembimbing,

Tandatangan

Tanggal

1. Dr. Mohammad Anang Firmansyah, MM.



29/03/2023

2. Phonny Aditiawan Mulyana, SE., MM.



29/03/2023

Mengetahui,



Dr. Mochamad Mochklas, S.Si., MM



Rina Maretasari, SM., M.SM.

PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE*, PROMOSI DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN APLIKASI PLN *MOBILE* DI UNIT LAYANAN PELANGGAN KEPULAUAN KANGEAN

Nama : MOHAMAD RIZKI RAMADHANI
NIM : 20181221058

Program Studi : Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surabaya

Pada Hari/Tanggal : Rabu / 29 Maret 2023
Pukul : 11.00 WIB sampai dengan 12.30 WIB

Komisi Penguji terdiri dari
Ketua Penguji

Dr. Didin Fatihudin, SE., M.Si

Anggota I

Anggota II

Dr. Mohammad Anang Firmansyah, MM, Phonny Aditiawan Mulyana, SE., MM,

Mengetahui,

Dekan,

Ketua

Program Studi,

Dr. Mochamad Mochklas, S.Si., MM

Rina Maretasari, SM., MSM.

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puja dan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “ **PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE*, PROMOSI DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN APLIKASI PLN *MOBILE* DI UNIT LAYANAN PELANGGAN KEPULAUAN KANGEAN**”, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Dalam kesempatan ini secara khusus penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih sebesar - besarnya kepada :

1. Bapak Dr. dr. Sukadiono, M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surabaya.
2. Bapak Dr. Mochamad Mochklas, S.Si, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.
3. Ibu Rina Maretasari, S.M., M.S.M selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surabaya.
4. Bapak Dr. M. Anang Firmansyah, S.E., M.M., selaku Dosen pembimbing I dan bapak Phonny Aditiawan Mulyana, SE., M.M., selaku Dosen

Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk memberi arahan, nasehat, dan motivasi dengan penuh sabar sehingga berkat bimbingan beliau saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya yang telah memberikan ilmu serta nasehat selama menempuh pendidikan.
6. Seluruh staff dan karyawan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang selalu memberikan informasi yang saya perlukan.
7. Orang tua penulis Achmad Sodikin dan Siti Sundari, serta mertua penulis Rahmandar, dan Siti Hindun yang selalu memberikan kasih sayang, doa, nasehat, serta kesabarannya yang luar biasa dalam setiap langkah hidup penulis. Penulis berharap dapat menjadi anak yang dapat dibanggakan.
8. Istri saya tercinta Erlita Prestiandari yang tak henti-hentinya memberikan dukungan dan selalu mendampingi penulis bagaimanapun keadaannya, yang merupakan anugrah terbesar dalam hidup penulis.
9. Anak saya tercinta Ukkasya Dzakiandra Zefa Alfaraz yang menjadi penyemangat bagi penulis.
10. Adik M. Fahri Ardiansyah, terima kasih atas doa dan segala dukungannya
11. Terimakasih semua pihak yang telah banyak membantu baik secara langsung ataupun tidak langsung, dan mungkin tidak bisa saya sebutkan satu per satu.

Dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan, karena itu segala kritik dan saran yang membangun akan menyempurnakan penulisan skripsi ini serta bermanfaat bagi penulis dan para pembaca.

Surabaya, 10 November 2022

Penulis

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Mohamad Rizki Ramadhani', with a long horizontal flourish extending to the right.

Mohamad Rizki Ramadhani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
PENGESAHAN PANITIA PENGUJI.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Sistematika Penulisan Skripsi.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	9
1. Pemasaran.....	9
2. Perilaku Konsumen	10
3. <i>Customer Experience</i>	15

4. <i>Marketing Mix</i>	18
5. Promosi.....	19
6. <i>E-Service Quality</i>	21
7. Minat	24
B. Hubungan Antar Variabel	26
1. Pengaruh <i>customer experience</i> terhadap minat.....	26
2. Pengaruh promosi terhadap minat.....	26
3. Pengaruh <i>e-service quality</i> terhadap minat	27
4. Pengaruh <i>customer experience</i> , promosi, dan <i>e-service quality</i> secara simultan terhadap minat.....	27
C. Penelitian Terdahulu	28
D. Kerangka Konseptual.....	30
E. Model Analisis.....	31
F. Hipotesis	32

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian	33
B. Identifikasi Variabel.....	33
C. Definisi Operasional Variabel.....	34
D. Teknik Pengumpulan Data.....	40
E. Populasi dan Sampel.....	40
1. Populasi	40
2. Sampel.....	40
F. Teknik Pengolahan Data.....	42
G. Uji Instrumen	42
1. Uji Validitas	42
2. Uji Reliabilitas.....	43
H. Uji Analisis Data	43
1. Uji Normalitas.....	43
2. Uji Multikolinearitas	44
3. Uji Heterokedastisitas	44

4. Analisis Regresi Linier Berganda	45
5. Uji Simultan (Uji F)	46
6. Uji Analisis Determinan Berganda (R^2).....	46
7. Uji Parsial.....	47
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	48
1. Sejarah Perusahaan.....	48
2. Profil Perusahaan	49
3. Aplikasi PLN <i>Mobile</i>	51
B. Deskripsi Hasil Penelitian.....	53
1. Karakteristik Responden	53
C. Uji Analisis	
1. Uji Instrumen.....	59
a. Uji Validitas	59
b. Uji Reliabilitas	60
2. Uji Asumsi Klasik	61
a. Uji Normalitas.....	61
b. Uji Multikolinearitas	62
c. Uji Heteroskedastisitas.....	63
3. Analisis Regresi Linier Berganda	64
4. Uji Hipotesis.....	65
a. Uji t (Uji Parsial).....	65
b. Uji F	68
c. Uji Determinasi R^2	69
D. Pembahasan.....	70
 BAB V PENUTUP	
A. Simpulan	73
B. Saran.....	73

DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN.....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (2018-2022)	1
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	30
Gambar 2.2 Model Analitis.....	31
Gambar 4.1 Aplikasi PLN <i>Mobile</i>	53
Gambar 4.2 <i>Pie Chart</i> Jenis Kelamin	54
Gambar 4.3 <i>Pie Chart</i> Kelompok Usia	55
Gambar 4.4 <i>Pie Chart</i> Tempat Tinggal/Domisili	56
Gambar 4.5 Hasil Uji Normalitas.....	62
Gambar 4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas	63

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tabel Definisi Operasional Variabel.....	37
Tabel 3.2 Tabel Sampel Penelitian.....	42
Tabel 4.4 Distribusi Responden Variabel <i>Customer Experience</i>	56
Tabel 4.5 Distribusi Responden Variabel Promosi	57
Tabel 4.6 Distribusi Responden Variabel <i>E-Service Quality</i>	58
Tabel 4.7 Distribusi Responden Variabel Minat.....	58
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas.....	60
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	61
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	62
Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	64
Tabel 4.12 Hasil Uji t.....	66
Tabel 4.13 Hasil Uji F.....	68
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	69
Tabel 4.15 Tabel Interval Koefisien Korelasi	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Logo PLN dan Tampilan Aplikasi PLN Mobile	79
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	81
Lampiran 3 Tabulasi Hasil Perhitungan Kuesioner	86
Lampiran 4 Hasil Karakteristik Responden	90
Lampiran 5 Uji Kualitas Data	91
Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik	94
Lampiran 7 Uji Kesesuaian Model (R ²)	96
Lampiran 8 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	97
Lampiran 9 Hasil Uji Hipotesis.....	98
Lampiran 10 SK Bimbingan Skripsi	99
Lampiran 11 Kartu Bimbingan Skripsi	100
Lampiran 12 Surat Keterangan Bukti Plagiasi.....	101
Lampiran 13 <i>Endorsement Letter</i>	102
Lampiran 14 Lembar Persetujuan Revisi Skripsi.....	103
Lampiran 15 Surat Permohonan Izin Penelitian	104
Lampiran 16 Surat Balasan Permohonan Izin Penelitian.....	105
Lampiran 16 Hasil Plagiasi Mohamad Rizki Ramadhani	106
Lampiran 17 Surat Keterangan Bebas Pinjam	107

DAFTAR PUSTAKA

- Ailudin, M., & Sari, D. (2019). Pengaruh *Customer Experience* Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Pelanggan *One Eighty Coffee* Bandung) *The Influence of Customer Experience on Re-Purchase Intention (Study On Customer One Eighty Coffee Bandung)*. *E-Proceeding of Managament*, 6(1), 1050–1057.
- Alfi. (2021). Pengaruh *Customer Experience*, *Customer satisfaction*, dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Shopee Indonesia di Kabupaten Madiun. (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2021).
- Ambodale, A. P., & Jamiat, N. (2021). Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap Minat Pengguna Ulang Pengguna Aplikasi Bukalapak di Provinsi Jawa Barat. (Skripsi, Universitas Telkom, 2021)
- Amelia, D. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli pada M61 *Cafe & Eatery* di Jalan Angrek Raya Kel. Pandang Kec. Panakukkang Kota Makassar. (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Makassar, 2021).
- Annur. (2022). Ada 204,7 Juta Pengguna Internet di Indonesia Awal 2022.
- Arikunto, S. (2008). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Karya.
- Ashari, I., & Firmansyah, M. A. (2021). *Storytelling dan Electronic Word Of Mouth* Dalam Mempengaruhi Kepuasan Konsumen (Studi Pada Sego Njamoer di Surabaya). *Improvement: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1(1), 33-38.
- Bernd. (1999). *Experiential Marketing*. New York: *The Free Pass*.
- Collier, J.E. and C.C. Bienstock, 2006. *Measuring service quality in e-retailing*. *J. Serv. Res.*, 8: 260-275.
- Detiknews. (2022). Jangan Tertipu Calo Pasang Listrik Baru. (n.d.). Diakses pada 4 Juni 2022, dari <https://news.detik.com/berita-jawa-barat/d-1506608/jangan-tertipu-calo-pasang-listrik-baru>.
- Laksana, (2008). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.
- Fadillah, I., Firmansyah, M. A., Hadi, S., & Danurwindo, M. A. (2022). Pengaruh *Brand Awareness*, Kualitas Produk, dan *Word of Mouth* (WOM) Terhadap Minat Beli *Skin Care* Lokal di *Sociolla Store* Surabaya. *Proceeding Um Surabaya*, 1(1).

- Fatihudin, D., Firmansyah, M. A., & Mukarromah, N. (2020). *How Service Quality Mediates Total Quality Management (TQM), and Organizational Citizenship Behaviour (OCB) Affects the Performance of Private Universities in Indonesia*. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 11(8), 14-23.
- Fatihudin, D., Sembiring, M. J., Firmansyah, M. A., & Holisin, I. (2020). *The role of intellectual human capital, human resource practices and intention to use of energy resources on the company performance*. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 10(6), 704-712.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa (strategi, mengukur kepuasan dan loyalitas pelanggan)*. Deepublish.
- Fatihudin, D. (2015). *Metode Penelitian Untuk Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*. Sidoarjo : Zifatama
- Firmansyah, M. A., & Ramadhani, N. W. (2018). *Pengaruh Lingkungan Kerja dan Budaya Organisasi Terhadap Efektivitas Kerja Karyawan Bagian Produksi di PT. Aneka Jasuma Plastik Surabaya*. *Jurnal Eksekutif*, 15(2), 264-277.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran: dasar dan konsep*. Penerbit Qiara Media.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Pengantar E-marketing*. Penerbit Qiara Media.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: Qiara Media.
- Hidayati, I. R. (2020). *Pengaruh Kepercayaan Pelanggan, Kualitas Pelayanan Elektronik, dan Promosi Pada Aplikasi PLN Mobile Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. PLN Distribusi Jawa Timur di Surabaya*. *JEM17: Jurnal Ekonomi Manajemen*, 3(2), 75–104.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1. & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga.
- Laksana Fajar, (2008) *Manajemen Pemasaran*, edisi pertama, Yogyakarta; Graha Ilmu.
- Laporan Survei Internet APJII 2019 – 2020. (2020). *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*, 1–146. Diakses pada 2020, dari <https://apjii.or.id/survei>.
- Lee, G.G. and H.F. Lin, 2005. *Customer perceptions of e-service quality in online shopping*. *Int. J. Retail Distrib. Manage.*, 33: 161-176.

- Luthfiana, N. A. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan dan *E-Service Quality* Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Gopay di Jabodetabek). 1–7.
- Mailia, J. (2020). Pengaruh *Customer Experience* Terhadap Loyalitas Pelanggan O'chicken Gobah Ditinjau dari Ekonomi Syariah. (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2020).
- Manik, V. (2021). Pengaruh *E-Service Quality* dan *Brand Image* Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi. (Skripsi, Universitas Sanata Dharma, 2021).
- Meyer, C., dan Schwager, A. (2007). *Understanding Customer Experience*. Harvard Business Review.
- Mursid, (2014), Manajemen Pemasaran, Bumi Aksara, Jakarta.
- PLN. (2022). Lampau Target 2021, Aplikasi PLN Mobile Diunduh 16,2 Juta Pengguna. (n.d.). Diakses pada 29 Mei 2022, dari <https://web.pln.co.id/media/siaran-pers/2022/01/lampau-target-2021-aplikasi-pln-Mobile-diunduh-162-juta-pengguna>.
- PLN. (2022). Lebih Dekat Dengan Pelanggan, PLN Luncurkan Aplikasi New PLN Mobile. (n.d.). Diakses pada 29 Mei 2022, dari <https://web.pln.co.id/media/siaran-pers/2020/12/lebih-dekat-dengan-pelanggan-pln-luncurkan-aplikasi-new-pln-Mobile>.
- PLN ULP Kepulauan Kangean (2022). Data Induk Langganan ULP Kepulauan Kangean Bulan Oktober 2022. Kangean : PLN.
- Rangkuti, (2009). Strategi Promosi yang Kreatif & Analisis kasus *Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Roosmawarni, A., Firmansyah, M. A., & SE, M. (2021). Kewirausahaan (Dasar dan Konsep).
- Sari, I., Firmansyah, M. A., & Mahardhika, B. W. (2016). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan *Return on Equity* Terhadap Perubahan Laba Pada Perusahaan Pertambangan Batu Bara yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2015. *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 13(01).
- Sugiyono (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabet

Sufyandi, S., Firmansyah, M. A., & Rosmaniar, A. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Konsumen Serambi Dana Koperasi Di Surabaya. *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 16(2).

Suradi. (2012). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Produk Tepung Sagu.

Zeithaml, V.A., (2002). *Service Excellence in Electronic Channels. Managing Service Qual.*, 12: 135-138.