Management Studies and Entrepreneurship Journal
Vol 7(6) 2026:515-530

The Influence Of Public Perception In Forming Satisfaction And Continuance Intention Of Using The New Pln Mobile Application In Surabaya

Pengaruh Persepsi Masyarakat Dalam Membentuk Kepuasan Dan Niat Melanjutkan Penggunaan Aplikasi New Pln Mobile Di Surabaya

Teguh Priya Utama[1], Sri Setyo Iriani[2], Sanaji[3]
Universitas Negeri Surabaya[1,2,3]
teguhpriya.23146@mhs.unesa.ac.id[1]*, srisetyo@unesa.ac.id[2], sanaji@unesa.ac.id[3]

**Coresponding Author*

ABSTRACT
This study analyzes the influence of public perception on satisfaction and continuance intention in using the New PLN Mobile application in Surabaya. The background of this research is the increasing adoption of digital public service applications, while user retention remains a critical issue. The objective of this study is to examine how perceived usefulness and perceived ease of use affect user satisfaction and continuance intention. This research applies a quantitative approach using the Technology Acceptance Model (TAM) and Expectation Confirmation Model (ECM). Data were collected through questionnaires distributed to active PLN Mobile users in Surabaya. The data were analyzed using multiple linear regression to test the relationships among variables. The results show that perceived usefulness and perceived ease of use significantly influence user satisfaction. Furthermore, user satisfaction has a significant effect on continuance intention. These findings indicate that user perception plays a key role in determining long-term adoption of digital public service applications. This study provides implications for improving user-centered design in government digital services.
Keywords : *public perception, user satisfaction, continuance intention, PLN Mobile, TAM, ECM*

ABSTRAK
Penelitian ini menganalisis pengaruh persepsi publik terhadap kepuasan dan niat untuk terus menggunakan **aplikasi** PLN Mobile versi baru di Surabaya. Latar belakang penelitian ini adalah meningkatnya adopsi aplikasi layanan publik digital, sementara retensi pengguna tetap menjadi isu krusial. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji bagaimana persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan memengaruhi kepuasan pengguna serta niat untuk terus menggunakan aplikasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menerapkan *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Expectation Confirmation Model* (ECM). Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan kepada pengguna aktif PLN Mobile di Surabaya. Data dianalisis menggunakan regresi linear berganda untuk menguji hubungan antarvariabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Selain itu, kepuasan pengguna memiliki pengaruh signifikan terhadap niat untuk terus menggunakan aplikasi. Temuan ini mengindikasikan bahwa persepsi pengguna memegang peranan penting dalam menentukan adopsi jangka panjang aplikasi layanan publik digital. Penelitian ini memberikan implikasi bagi peningkatan desain yang berpusat pada pengguna dalam layanan digital pemerintah.
Kata Kunci: Persepsi Publik, Kepuasan Pengguna, Niat Untuk Terus Menggunakan, PLN Mobile, TAM, ECM

1. Pendahuluan)

Perkembangan layanan publik berbasis digital mengalami percepatan yang signifikan dalam satu dekade terakhir. Pemerintah dan perusahaan layanan utilitas mendorong

Copyright © 2026 THE AUTHOR(S). This article is distributed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International license, http://journal.yrpipku.com/index.php/msej

transformasi digital untuk meningkatkan efisiensi, transparansi, dan kualitas layanan kepada masyarakat. Salah satu implementasi nyata dalam konteks Indonesia adalah aplikasi New PLN Mobile yang dikembangkan untuk mempermudah pelanggan dalam mengakses layanan kelistrikan seperti pembayaran tagihan, pelaporan gangguan, dan permohonan layanan teknis. Aplikasi ini menjadi bagian penting dari strategi digitalisasi PT PLN (Persero) dalam memperkuat pelayanan berbasis pelanggan.

Di tingkat pengguna, keberhasilan sebuah aplikasi layanan publik tidak hanya ditentukan oleh tingkat adopsi awal, tetapi juga oleh keberlanjutan penggunaan (continuance usage). Banyak studi menunjukkan bahwa pengguna dapat berhenti menggunakan sistem digital meskipun mereka pernah mengadopsinya pada tahap awal. Kondisi ini menunjukkan bahwa faktor psikologis dan persepsi pengguna memiliki peran penting dalam menentukan keberlanjutan penggunaan teknologi.

Dalam konteks ini, persepsi masyarakat menjadi variabel kunci. Persepsi mencerminkan bagaimana pengguna menilai manfaat, kemudahan, serta pengalaman mereka dalam menggunakan suatu sistem. Dua konstruk utama yang sering digunakan untuk menjelaskan penerimaan teknologi adalah perceived usefulness dan perceived ease of use. Keduanya menjadi inti dari Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989), yang menjelaskan bahwa individu akan menggunakan sistem apabila mereka percaya sistem tersebut bermanfaat dan mudah digunakan (Davis, 1989, https://doi.org/10.2307/249008).

Selain penerimaan awal, keberlanjutan penggunaan lebih tepat dijelaskan melalui Expectation Confirmation Model (ECM). Model ini menjelaskan bahwa kepuasan pengguna terbentuk dari proses evaluasi antara harapan awal dan pengalaman aktual setelah penggunaan sistem. Jika pengalaman sesuai atau melebihi harapan, maka tingkat kepuasan akan meningkat, dan hal tersebut akan mendorong niat penggunaan ulang (continuance intention). Model ini dikembangkan secara empiris oleh Bhattacherjee (2001) dan menjadi salah satu kerangka utama dalam studi sistem informasi (Bhattacherjee, 2001, https://doi.org/10.2307/3250921).

Dalam studi sistem informasi, kepuasan pengguna telah diakui sebagai variabel mediasi yang sangat penting. Kepuasan tidak hanya menggambarkan evaluasi emosional terhadap sistem, tetapi juga menjadi prediktor utama terhadap loyalitas dan keberlanjutan penggunaan. Oliver (1980) menjelaskan bahwa kepuasan merupakan hasil evaluasi kognitif dan afektif yang muncul setelah pengguna membandingkan ekspektasi awal dengan kinerja aktual produk atau layanan (Oliver, 1980, https://doi.org/10.1016/0022-2437(80)90040-0). Dalam konteks aplikasi digital seperti PLN Mobile, kepuasan pengguna dipengaruhi oleh kualitas sistem, stabilitas layanan, serta kemudahan interaksi.

Penelitian mengenai penerimaan teknologi juga menunjukkan bahwa perceived usefulness dan perceived ease of use tidak hanya memengaruhi niat penggunaan secara langsung, tetapi juga memengaruhi kepuasan pengguna. Venkatesh dan Davis (2000) melalui pengembangan TAM2 menegaskan bahwa persepsi manfaat yang lebih tinggi akan meningkatkan intensitas penggunaan sistem, sedangkan kemudahan penggunaan akan mengurangi beban kognitif pengguna dalam mengoperasikan teknologi (Venkatesh & Davis, 2000, https://doi.org/10.2307/3250951).

Dalam konteks Indonesia, transformasi digital pada sektor pelayanan publik masih menghadapi tantangan yang cukup kompleks. Tantangan tersebut mencakup tingkat literasi digital masyarakat yang bervariasi, keterbatasan infrastruktur di beberapa wilayah, serta resistensi pengguna terhadap perubahan sistem manual ke sistem digital. Kondisi ini menjadikan studi mengenai persepsi pengguna menjadi relevan, khususnya pada aplikasi layanan publik seperti PLN Mobile yang memiliki basis pengguna luas dan heterogen.

Di Kota Surabaya, penggunaan aplikasi New PLN Mobile menunjukkan tren peningkatan seiring dengan meningkatnya kebutuhan layanan yang cepat dan efisien. Namun demikian, peningkatan jumlah unduhan dan pengguna aktif tidak selalu berbanding lurus dengan tingkat kepuasan dan keberlanjutan penggunaan. Sebagian pengguna masih menghadapi kendala teknis seperti kesalahan sistem, keterlambatan respons layanan, serta kompleksitas navigasi aplikasi. Kondisi ini dapat memengaruhi persepsi pengguna terhadap kualitas sistem secara keseluruhan.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini menjadi penting untuk menganalisis bagaimana persepsi masyarakat dalam membentuk kepuasan dan niat melanjutkan penggunaan aplikasi New PLN Mobile. Fokus utama penelitian ini terletak pada hubungan antara perceived usefulness, perceived ease of use, kepuasan pengguna, dan continuance intention. Dengan menggunakan pendekatan TAM dan ECM, penelitian ini berupaya memberikan gambaran empiris mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keberlanjutan penggunaan aplikasi layanan publik digital.

Selain itu, penelitian ini juga berkontribusi dalam memperkuat kajian empiris terkait adopsi teknologi pada sektor publik. Sebagian besar studi sebelumnya lebih banyak berfokus pada konteks sektor swasta atau aplikasi komersial, sementara penelitian pada aplikasi layanan publik masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan nilai tambah dalam memahami perilaku pengguna dalam konteks layanan publik berbasis digital di Indonesia.

Secara konseptual, penelitian ini menempatkan persepsi masyarakat sebagai variabel awal yang memengaruhi kepuasan pengguna, kemudian kepuasan tersebut memengaruhi niat penggunaan berkelanjutan. Kerangka ini sejalan dengan integrasi TAM dan ECM yang banyak digunakan dalam penelitian sistem informasi modern. Integrasi kedua model ini memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor kognitif dan afektif dalam penggunaan teknologi.

Berdasarkan latar belakang tersebut, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut. Pertama, menganalisis pengaruh perceived usefulness terhadap kepuasan pengguna aplikasi New PLN Mobile. Kedua, menganalisis pengaruh perceived ease of use terhadap kepuasan pengguna. Ketiga, menganalisis pengaruh kepuasan pengguna terhadap continuance intention dalam penggunaan aplikasi New PLN Mobile di Surabaya.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan model penerimaan teknologi, serta kontribusi praktis bagi pengelola aplikasi PLN Mobile dalam meningkatkan kualitas layanan berbasis pengguna.

2. Literature Review (Tinjauan Pustaka)

Literature review ini membahas secara komprehensif konsep, model teoritis, dan hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan persepsi pengguna, kepuasan pengguna, dan niat penggunaan berkelanjutan pada aplikasi New PLN Mobile. Pembahasan disusun secara sistematis dengan mengintegrasikan Technology Acceptance Model (TAM) dan Expectation Confirmation Model (ECM) sebagai dasar analisis perilaku pengguna dalam konteks layanan publik digital.

2.1 Digital Transformation in Public Services

Transformasi digital dalam sektor publik telah mengubah pola interaksi antara pemerintah, perusahaan utilitas, dan masyarakat. Digitalisasi layanan publik bertujuan meningkatkan efisiensi operasional, mempercepat akses layanan, dan memperluas jangkauan pengguna. Perubahan ini juga mendorong pergeseran dari layanan konvensional menuju layanan berbasis aplikasi mobile.

Dalam konteks Indonesia, digitalisasi layanan publik berkembang pesat melalui berbagai platform berbasis teknologi informasi. Salah satu implementasi yang menonjol adalah aplikasi New PLN Mobile yang digunakan untuk mengelola layanan kelistrikan secara digital. Aplikasi ini mencakup fitur pembayaran listrik, pembelian token, pelaporan gangguan, serta informasi layanan pelanggan secara real time.

Keberhasilan transformasi digital tidak hanya bergantung pada ketersediaan teknologi, tetapi juga pada penerimaan dan keberlanjutan penggunaan oleh masyarakat. Oleh karena itu, aspek persepsi pengguna menjadi faktor penting dalam menentukan efektivitas sistem layanan digital.

2.2 Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan model yang dikembangkan oleh Davis (1989) untuk menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan teknologi informasi oleh pengguna. TAM menyatakan bahwa dua konstruk utama menentukan niat penggunaan teknologi, yaitu perceived usefulness dan perceived ease of use.

Perceived usefulness didefinisikan sebagai tingkat keyakinan individu bahwa penggunaan suatu sistem akan meningkatkan kinerja atau memberikan manfaat tertentu. Sementara perceived ease of use mengacu pada sejauh mana individu merasa bahwa sistem mudah digunakan dan tidak membutuhkan usaha yang besar.

Davis (1989) menjelaskan bahwa kedua variabel tersebut membentuk sikap pengguna terhadap teknologi, yang kemudian memengaruhi niat untuk menggunakan sistem. Dalam konteks aplikasi New PLN Mobile, pengguna akan cenderung terus menggunakan aplikasi jika mereka merasakan manfaat langsung dalam proses layanan dan tidak mengalami kesulitan dalam mengoperasikannya.

Penelitian lanjutan oleh Venkatesh dan Davis (2000) melalui pengembangan TAM2 menunjukkan bahwa perceived usefulness memiliki pengaruh yang lebih kuat dibandingkan perceived ease of use dalam membentuk niat penggunaan teknologi. Selain itu, faktor sosial dan pengalaman pengguna juga memperkuat hubungan tersebut dalam konteks penggunaan sistem informasi.

2.3 Expectation Confirmation Model (ECM)

Menurut McCord (2006, p. 12), jika seseorang merasa percaya bahwa suatu teknologi mudah digunakan maka orang tersebut akan menggunakannya. Sebaliknya, bilamana seseorang merasa bahwa teknologi itu tidak mudah digunakan maka orang tersebut tidak akan menggunakannya. Expectation Confirmation Model (ECM) dikembangkan oleh Bhattacherjee (2001) untuk menjelaskan perilaku penggunaan sistem informasi setelah tahap adopsi awal. Model ini menekankan bahwa keberlanjutan penggunaan teknologi ditentukan oleh tingkat kepuasan pengguna yang berasal dari proses konfirmasi harapan.

ECM menyatakan bahwa pengguna membentuk ekspektasi sebelum menggunakan sistem, kemudian mengevaluasi pengalaman aktual setelah penggunaan. Jika pengalaman sesuai atau melebihi ekspektasi, maka terjadi konfirmasi positif yang menghasilkan kepuasan. Sebaliknya, jika pengalaman tidak sesuai, maka kepuasan menurun dan niat penggunaan berkelanjutan melemah.

Dalam konteks New PLN Mobile, pengalaman pengguna seperti kecepatan layanan, stabilitas sistem, dan kemudahan navigasi menjadi faktor penting dalam membentuk kepuasan. Kepuasan ini kemudian menjadi determinan utama continuance intention atau niat untuk terus menggunakan aplikasi.

Model ECM banyak digunakan dalam penelitian sistem informasi karena mampu menjelaskan perilaku pasca-adopsi secara lebih akurat dibandingkan model adopsi awal seperti TAM.

2.4 Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use

Perceived usefulness dan perceived ease of use merupakan dua konstruk utama dalam TAM yang sering digunakan untuk menjelaskan penerimaan teknologi. Perceived usefulness berkaitan dengan manfaat yang dirasakan pengguna dalam meningkatkan efektivitas aktivitas mereka. Perceived ease of use berkaitan dengan tingkat kemudahan dalam menggunakan sistem tanpa hambatan teknis yang signifikan.

Dalam aplikasi layanan publik seperti PLN Mobile, perceived usefulness dapat dilihat dari kemampuan aplikasi dalam mempercepat proses pembayaran, mengurangi waktu antrean, dan meningkatkan akses informasi. Sementara perceived ease of use tercermin dari kemudahan navigasi, desain antarmuka, dan kejelasan fitur.

Kedua variabel ini tidak hanya memengaruhi niat penggunaan awal, tetapi juga memengaruhi kepuasan pengguna setelah penggunaan sistem. Pengalaman positif terhadap manfaat dan kemudahan akan meningkatkan evaluasi pengguna terhadap sistem secara keseluruhan.

2.5 Kepuasan Pengguna

Kepuasan pengguna merupakan evaluasi subjektif yang muncul setelah pengguna membandingkan ekspektasi awal dengan pengalaman aktual dalam menggunakan sistem. Oliver (1980) menjelaskan bahwa kepuasan merupakan hasil dari proses kognitif dan emosional yang terbentuk melalui perbandingan antara harapan dan kinerja aktual.

Dalam konteks sistem informasi, kepuasan menjadi indikator penting yang mencerminkan kualitas layanan digital. Kepuasan yang tinggi menunjukkan bahwa sistem mampu memenuhi kebutuhan pengguna secara efektif dan efisien.

Pada aplikasi New PLN Mobile, kepuasan pengguna dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti keandalan sistem, kecepatan respon layanan, kemudahan akses fitur, serta kualitas interaksi dengan layanan pelanggan. Kepuasan ini berperan sebagai variabel mediasi antara persepsi pengguna dan niat penggunaan berkelanjutan.

2.6 Continuance Intention

Continuance intention adalah niat pengguna untuk terus menggunakan suatu sistem setelah tahap adopsi awal. Bhattacherjee (2001) menjelaskan bahwa continuance intention merupakan indikator utama keberhasilan sistem informasi dalam jangka panjang.

Continuance intention tidak hanya dipengaruhi oleh faktor teknologi, tetapi juga oleh faktor psikologis seperti kepuasan dan persepsi manfaat. Pengguna yang merasa puas cenderung memiliki niat yang lebih tinggi untuk terus menggunakan sistem.

Dalam konteks New PLN Mobile, continuance intention menunjukkan tingkat loyalitas pengguna terhadap aplikasi sebagai sarana utama layanan kelistrikan. Tingginya continuance intention mencerminkan keberhasilan implementasi transformasi digital pada sektor layanan publik.

2.7 Penelitian Terdahulu

Berbagai penelitian terdahulu telah membahas hubungan antara TAM, ECM, kepuasan pengguna, dan niat penggunaan berkelanjutan. Davis (1989) menunjukkan bahwa perceived usefulness dan perceived ease of use berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan teknologi. Temuan ini menjadi dasar utama dalam pengembangan model penerimaan teknologi.

Venkatesh dan Davis (2000) memperkuat hasil tersebut dengan menunjukkan bahwa perceived usefulness memiliki pengaruh dominan dalam menentukan niat penggunaan teknologi. Sementara itu, Bhattacherjee (2001) menegaskan bahwa kepuasan merupakan variabel utama yang memengaruhi continuance intention dalam sistem informasi.

Namun, sebagian besar penelitian terdahulu berfokus pada konteks organisasi atau aplikasi komersial. Penelitian yang secara spesifik mengkaji aplikasi layanan publik berbasis utilitas seperti PLN Mobile masih terbatas, terutama dalam konteks Indonesia. Hal ini menunjukkan adanya gap penelitian yang perlu diisi melalui studi empiris.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain explanatory research untuk menjelaskan hubungan antar variabel dalam model penelitian. Fokus utama penelitian ini adalah menganalisis pengaruh persepsi masyarakat terhadap kepuasan dan niat melanjutkan penggunaan aplikasi New PLN Mobile di Surabaya. Pendekatan ini dipilih karena penelitian tidak hanya bertujuan menggambarkan kondisi pengguna, tetapi juga menguji hubungan sebab akibat antar variabel yang telah ditetapkan dalam model konseptual.

Model penelitian yang digunakan mengintegrasikan Technology Acceptance Model (TAM) dan Expectation Confirmation Model (ECM). TAM digunakan untuk menjelaskan bagaimana persepsi awal pengguna terbentuk sebelum dan saat menggunakan aplikasi, khususnya terkait manfaat dan kemudahan penggunaan. Sementara itu, ECM digunakan untuk menjelaskan bagaimana pengalaman setelah penggunaan membentuk kepuasan dan memengaruhi niat penggunaan berkelanjutan. Kombinasi kedua model ini dipilih karena perilaku penggunaan aplikasi digital tidak hanya ditentukan oleh penerimaan awal, tetapi juga oleh evaluasi pengalaman setelah penggunaan.

Penelitian ini bersifat cross-sectional, yaitu data dikumpulkan dalam satu periode waktu tertentu tanpa pengamatan berulang. Pendekatan ini dianggap sesuai karena penelitian berfokus pada kondisi aktual pengguna aplikasi New PLN Mobile pada saat pengumpulan data dilakukan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna aplikasi New PLN Mobile di wilayah Surabaya. Populasi ini dipilih karena Surabaya merupakan salah satu kota dengan tingkat adopsi layanan digital yang cukup tinggi serta memiliki karakteristik pengguna yang beragam. Untuk memperoleh data yang relevan, penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Teknik ini dipilih karena tidak semua anggota populasi memiliki pengalaman yang sesuai dengan kebutuhan penelitian. Responden yang dipilih adalah pengguna yang telah menggunakan aplikasi New PLN Mobile lebih dari tiga kali, berdomisili di Surabaya, dan pernah melakukan aktivitas layanan seperti pembayaran, pengaduan gangguan, atau penggunaan fitur lainnya. Kriteria ini ditetapkan untuk memastikan bahwa responden memiliki pengalaman yang cukup dalam menggunakan aplikasi sehingga dapat memberikan penilaian yang objektif terhadap variabel penelitian.

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari perceived usefulness, perceived ease of use, user satisfaction, dan continuance intention. Perceived usefulness menggambarkan sejauh mana pengguna merasa bahwa aplikasi memberikan manfaat dalam menyelesaikan kebutuhan layanan listrik. Perceived ease of use menggambarkan tingkat kemudahan pengguna dalam memahami dan mengoperasikan aplikasi tanpa hambatan yang berarti. User satisfaction menggambarkan tingkat kepuasan pengguna setelah menggunakan aplikasi berdasarkan pengalaman aktual yang mereka rasakan. Sementara itu, continuance intention menggambarkan niat pengguna untuk terus menggunakan aplikasi di masa mendatang sebagai bagian dari aktivitas layanan mereka. Selain itu, penelitian ini juga menambahkan variabel perceived risk untuk menangkap persepsi pengguna terhadap kemungkinan risiko dalam penggunaan aplikasi, seperti risiko keamanan data, gangguan sistem, dan ketidakstabilan layanan. Variabel ini digunakan untuk melihat bagaimana persepsi risiko memengaruhi kepuasan dan niat penggunaan berkelanjutan dalam konteks layanan digital PLN Mobile.

Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner tertutup dengan skala Likert lima tingkat. Skala ini digunakan karena mampu menangkap variasi persepsi pengguna secara terukur mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Kuesioner disusun berdasarkan

indikator dari masing-masing variabel penelitian dan diberikan kepada responden yang memenuhi kriteria. Proses pengumpulan data dilakukan secara langsung maupun melalui media digital untuk menjangkau responden yang lebih luas.

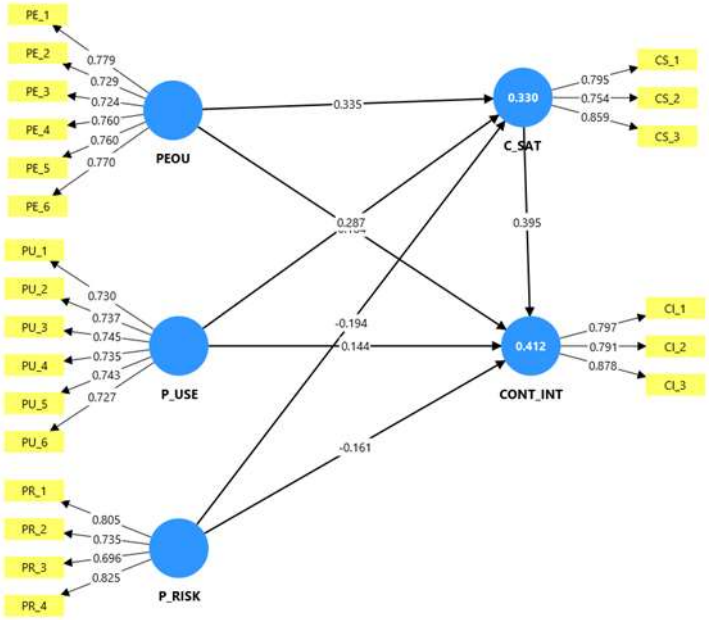
Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan metode regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh antar variabel dalam model penelitian. Sebelum dilakukan analisis utama, data terlebih dahulu diuji melalui uji validitas untuk memastikan bahwa setiap item pertanyaan mampu mengukur variabel yang dimaksud. Selanjutnya dilakukan uji reliabilitas untuk melihat konsistensi jawaban responden. Uji asumsi klasik juga dilakukan yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas untuk memastikan bahwa model regresi memenuhi asumsi statistik. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji t untuk melihat pengaruh masing-masing variabel secara parsial dan uji F untuk melihat pengaruh secara simultan. Selain itu, koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan model dalam menjelaskan variasi data penelitian.

Secara konseptual, penelitian ini membangun hubungan bahwa perceived usefulness dan perceived ease of use memengaruhi user satisfaction, kemudian user satisfaction memengaruhi continuance intention. Alur ini menunjukkan bahwa persepsi awal pengguna menjadi dasar terbentuknya kepuasan, yang pada akhirnya menentukan keputusan untuk terus menggunakan aplikasi. Proses penelitian dilakukan secara bertahap mulai dari identifikasi masalah, kajian literatur, penyusunan model dan hipotesis, penyusunan instrumen penelitian, pengumpulan data, pengolahan data, analisis hasil, hingga penarikan kesimpulan. Setiap tahap dilakukan secara sistematis untuk memastikan bahwa hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara akademik.

4. Hasil dan Pemabahasan

1. Evaluasi Outer model

Evaluasi outer model merupakan tahapan analisis yang bertujuan untuk menilai kualitas indikator dalam mengukur konstruk atau variabel laten yang digunakan dalam penelitian. Pada tahap ini, dilakukan pengujian untuk mengetahui sejauh mana setiap indikator mampu merepresentasikan konsep yang hendak diukur secara tepat dan konsisten. Melalui evaluasi outer model, peneliti dapat mengidentifikasi apakah item-item pernyataan dalam instrumen penelitian telah memenuhi kriteria pengukuran yang baik.



Gambar 4.1 Persamaan struktural - Outer model

Uji validitas

a. Validitas Konvergen

Gambar diatas menunjukkan proses uji validitas konvergen dengan mengukur nilai *outer loading* pada program Smart-PLS. Hasil perhitungan uji validitas konvergen dirinci pada tabel dibawah.

Tabel 4.1 Hasil Perhitungan Validitas Konvergen

No.	Variabel	Item	*Outer Loading*	AVE	Keterangan
1	*Perceive Ease Of Use*	PE_1	0,779	0,568	Valid
		PE_2	0,729		Valid
		PE_3	0,724		Valid
		PE_4	0,760		Valid
		PE_5	0,760		Valid
		PE_6	0,770		Valid
2	*Perceive Usefulness*	PU_1	0,730	0,542	Valid
		PU_2	0,737		Valid
		PU_3	0,745		Valid
		PU_4	0,735		Valid
		PU_5	0,743		Valid
		PU_6	0,727		Valid
3	*Perceive Risk*	PR_1	0,805	0,588	Valid
		PR_2	0,735		Valid
		PR_3	0,696		Valid
		PR_4	0,825		Valid
4.	*Consumer Satisfaction*	CI_1	0,797	0,646	Valid
		CI_2	0,791		Valid
		CI_3	0,878		Valid
5.	*Continuance Intention*	CS_1	0,795	0,678	Valid
		CS_2	0,754		Valid
		CS_3	0,859		Valid

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan hasil pengujian *outer loading* menggunakan aplikasi *SmartPLS*, seluruh indikator pada masing-masing variabel memiliki nilai *loading factor* di atas 0,70 atau setidaknya paling kecil 0,60 dapat dinyatakan valid dan mampu merepresentasikan konstruk yang diukur.

b**. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi indikator-indikator dalam mengukur suatu konstruk atau variabel penelitian. Melalui pengujian ini, dapat diketahui apakah instrumen penelitian mampu menghasilkan data yang stabil dan konsisten ketika digunakan untuk mengukur konsep yang sama. Pengujian reliabilitas dilakukan melalui dua pendekatan, yaitu Composite Reliability dan Cronbach's Alpha.

Tabel 4.2 Hasil Perhitungan Uji Reliabilitas

No.	Variabel	*Cronbach's Alpha*	*Composite Reliability*
1.	*Perceive Ease Of Use*	0,848	0,888
2.	*Perceive Usefulness*	0,831	0,877
3.	*Perceive Risk*	0,767	0,850

4.	*Consumer Satisfaction*	0,726	0,845
5.	*Continuance Intention*	0,765	0,863

Sumber: Data diolah, 2026

2. Evaluasi Inner Model

Dalam penelitian ini, evaluasi inner model dilakukan melalui beberapa tahapan. Pertama, menilai goodness of fit model dengan melihat nilai R^2 (R-squared). Nilai R^2 digunakan untuk menunjukkan seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen pada model penelitian. Semakin tinggi nilai R^2, maka semakin besar pula kemampuan model dalam menjelaskan variabel endogen yang diteliti.

Tabel 4.3 Hasil Perhitungan R-*Squared*

No.	Variabel	R *Squared*	Keterangan
1.	*Consumer Satisfaction*	0,330	Predictor: *Perceive Ease Of Use*, *Perceive Usefulness, Perceive Risk*
2.	*Continuation Intention*	0,412	Predictor : *Perceive Ease Of Use*, *Perceive Usefulness*, *Perceive Risk, Consumer Satisfaction*

Sumber: Data diolah, 2026

Hasil perhitungan R-*squared* dalam Tabel 4.13 menunjukkan bahwa variabel *Consumer Satisfaction* memiliki R-*squared* sebesar 0,330 (kategori moderat). Ini berarti bahwa perubahan dalam *Perceive Ease Of Use*, *Perceive Usefulness,* dan *Perceive Risk* mampu menjelaskan 33% dari variasi dalam nilai *Consumer Satisfaction*, sedangkan 67% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Selanjutnya, variabel *Continuation Intention* memiliki R-*squared* sebesar 0,412 (kategori moderat). Hal ini mengindikasikan bahwa perubahan dalam *Perceive Ease Of Use*, *Perceive Usefulness*, *Perceive Risk* dan *Consumer Satisfaction* dapat menjelaskan 41,2 % dari variasi dalam nilai *Continuation Intention*, sementara 58,8% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

3. Uji Hipotesis

Penelitian ini dibangun berdasarkan beberapa hipotesis yang menggambarkan hubungan antar variabel dalam model penelitian, baik hubungan secara langsung maupun tidak langsung. Hipotesis tersebut disusun untuk menguji pengaruh antar konstruk yang digunakan dalam penelitian sehingga dapat diketahui keterkaitan masing-masing variabel secara empiris.

Tabel 4.4 Hasil Perhitungan Uji Pengaruh Langsung

No.	Pengaruh antar variabel	Besarnya pengaruh	T $_{hitung}$	P value	Keterangan
1.	PEOU -> C_SAT	0,335	6,126	0,000	Terbukti
2.	P_USE -> C_SAT	0,287	5,219	0,000	Terbukti
3.	P_RISK -> C_SAT	-0,194	3,331	0,001	Terbukti
4.	C_SAT -> C_INT	0,395	7,023	0,000	Terbukti
5.	PEOU -> C_INT	0,164	2,787	0,005	Terbukti
6.	P_USE -> C_INT	0,144	2,393	0,017	Terbukti
7.	P_RISK -> C_INT	-0,161	2,916	0,004	Terbukti

Sumber: Data diolah, 2026

Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh hubungan antar variabel dalam model penelitian bersifat signifikan. Perceived Ease of Use berpengaruh positif terhadap Customer

Satisfaction dengan koefisien 0,335 (t = 6,126; p = 0,000), yang berarti semakin mudah aplikasi digunakan maka kepuasan pengguna meningkat. Perceived Usefulness juga berpengaruh positif terhadap Customer Satisfaction dengan koefisien 0,287 (t = 5,219; p = 0,000), menunjukkan bahwa semakin besar manfaat yang dirasakan, semakin tinggi kepuasan pengguna.

Perceived Ease of Use juga berpengaruh positif terhadap Continuance Intention dengan koefisien 0,164 (t = 2,787; p = 0,005), yang menandakan bahwa kemudahan penggunaan mendorong niat penggunaan berkelanjutan. Customer Satisfaction menjadi variabel yang paling kuat pengaruhnya terhadap Continuance Intention dengan koefisien 0,395 (t = 7,023; p = 0,000), sehingga kepuasan pengguna menjadi faktor kunci dalam mempertahankan penggunaan aplikasi. Perceived Usefulness juga berpengaruh langsung terhadap Continuance Intention dengan koefisien 0,144 (t = 2,393; p = 0,017), menunjukkan bahwa manfaat aplikasi tetap memengaruhi niat penggunaan meskipun melalui jalur langsung. Perceived Risk memiliki pengaruh negatif terhadap Customer Satisfaction sebesar -0,194 (t = 3,331; p = 0,001) dan juga terhadap Continuance Intention sebesar -0,161 (t = 2,916; p = 0,004), yang berarti semakin tinggi risiko yang dirasakan pengguna, semakin rendah kepuasan dan niat penggunaan berkelanjutan. Secara keseluruhan, hasil ini menegaskan bahwa kepuasan pengguna berperan sebagai variabel sentral dalam membentuk continuance intention, sementara kemudahan, manfaat, dan risiko menjadi faktor pembentuk yang menentukan kualitas pengalaman pengguna pada aplikasi PLN Mobile.

Pembahasan

1. **Pengaruh *Perceive Ease Of Use* terhadap *Consumer Satisfaction***

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis ke-1 penelitian diterima karena *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Consumer Satisfaction*. Hal ini berarti semakin mudah aplikasi digunakan oleh konsumen, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan. *Perceive Ease Of Use* yang baik muncul karena konsumen dapat memahami fitur-fitur aplikasi dengan cepat, menemukan informasi yang dibutuhkan dengan mudah, serta menyelesaikan transaksi atau aktivitas tanpa mengalami banyak kendala. Ketika aplikasi dapat digunakan dengan lancar dan sesuai harapan, konsumen akan merasa nyaman dan akhirnya merasa puas. Hasil ini sejalan dengan hasil-hasil penelitian terdahulu (Garg & Sharma, 2020; Novira *et al*., 2024; Olivia & Marchyta, 2022) yang menunjukkan bahwa *Perceive Ease Of Use* berpengaruh signifikan terhadap *Consumer Satisfaction*. Hasil penelitian terdahulu (Kala *et al*., 2004) sebaliknya masih menunjukkan bahwa *Perceive Ease Of Use* tidak berpengaruh terhadap *Consumer Satisfaction*. Hasil penelitian ini sejalan dengan konsep *Technology Acceptance Model* (TAM) (Davis, 1989), yang menyatakan bahwa *Perceive Ease Of Use* merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi penerimaan pengguna terhadap suatu teknologi. *Perceive Ease Of Use* memungkinkan pengguna untuk memahami fitur-fitur aplikasi dengan lebih cepat, meminimalkan kesalahan selama penggunaan, serta mengurangi beban kognitif yang harus dikeluarkan dalam proses interaksi dengan sistem. Ketika pengguna merasa bahwa aplikasi mudah dipelajari dan mudah dioperasikan, mereka akan memperoleh pengalaman penggunaan yang lebih nyaman dan menyenangkan sehingga meningkatkan kepuasan.

2. Pengaruh *Perceive Usefulness* terhadap *Consumer Satisfaction*

Hasil penelitian menunjukkan hipotesis ke-2 diterima karena *Perceived Usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Consumer Satisfaction*. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin *Perceive Usefulness* dari PLN *Mobile*, maka semakin tinggi pula tingkat *Consumer Satisfaction*. Pelanggan akan merasa puas apabila aplikasi mampu membantu memenuhi kebutuhannya secara efektif, menghemat waktu, serta memberikan

kemudahan dalam menyelesaikan berbagai aktivitas. Temuan penelitian ini mendukung hasil penelitian terdahulu (Al Amin, 2022; Hadji & Degoulet, 2016; Olivia & Marchyta, 2022; Pereira & Tam, 2021; Yu *et al.*, 2024) yang menunjukkan bahwa *Perceive Usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *Consumer Satisfaction*. Di sisi lain, beberapa penelitian (Daneji et al., 2019; Pereira & Tam, 2021) juga masih menunjukkan bahwa *Perceive Usefulness* tidak berpengaruh terhadap *Consumer Satisfaction*. Penelitian saat ini mendukung teori teori ekspektasi-konfirmasi (Greeshma *et al*., 2025) yang menerangkan bahwa ketika kinerja selaras dengan atau melebihi ekspektasi, hal itu menghasilkan konfirmasi dan dengan demikian muncullah kepuasan. Di sisi lain, jika kinerja tidak memenuhi ekspektasi, hal itu mengarah pada diskonfirmasi dan ketidakpuasan. Dalam penelitian ini, *Perceived Usefulness* menunjukkan manfaat yang dirasakan pengguna dari penggunaan aplikasi. Semakin besar manfaat yang dirasakan dan semakin mampu aplikasi memenuhi kebutuhan pengguna, semakin besar pula kemungkinan terjadinya konfirmasi ekspektasi yang artinya meningkatkan *Consumer Satisfaction*.

3. Pengaruh *Perceive Risk* terhadap *Consumer Satisfaction*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis ke-3 diterima karena *Perceived Risk* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *Consumer Satisfaction*. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi *Perceive Risk*, maka semakin rendah tingkat *Consumer Satisfaction*. Secara rasional, pelanggan PLN yang menggunakan PLN *Mobile* merasa lebih nyaman dan yakin ketika menggunakan aplikasi yang dianggap aman dan dapat dipercaya. Sebaliknya, apabila konsumen khawatir terhadap kemungkinan terjadinya kerugian, seperti kebocoran data pribadi, kesalahan transaksi, kehilangan dana, atau kegagalan sistem, maka pengalaman penggunaan akan menjadi kurang menyenangkan. Kekhawatiran tersebut dapat menimbulkan rasa tidak aman dan ketidaknyamanan yang pada akhirnya menurunkan tingkat kepuasan pengguna. Temuan penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu (Asri et al., 2022; Hipólito et al., 2025; Kala et al., 2004; Putri et al., 2024) yang menemukan bahwa *Perceived Risk* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *Consumer Satisfaction*.

4. Pengaruh Consumer Satisfaction terhadap Continuation Intention

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis ke-4 diterima karena *Consumer Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Continuance Intention*. Artinya, semakin tinggi *Consumer Satisfaction* maka semakin besar pula keinginan pelanggan untuk terus menggunakan aplikasi pada masa mendatang. Secara rasional, konsumen yang merasa puas akan menilai bahwa aplikasi telah mampu memenuhi kebutuhan dan harapan dalam penggunaannya. Pengalaman positif yang diperoleh selama menggunakan aplikasi PLN *Mobile* akan menimbulkan keyakinan bahwa aplikasi tersebut layak untuk terus digunakan karena memberikan manfaat dan nilai yang sesuai dengan ekspektasi pengguna. Hasil penelitian ini sejalan dengan *Expectation Confirmation Theory* (ECT) yang menjelaskan bahwa kepuasan merupakan faktor utama yang menentukan keberlanjutan penggunaan suatu sistem atau teknologi (Greeshma *et al*., 2025). Menurut teori ECT, ketika kinerja aplikasi sesuai atau bahkan melebihi harapan pengguna, maka terjadi konfirmasi ekspektasi yang menghasilkan kepuasan (Kotler & Armstrong, 2020). Kepuasan tersebut kemudian mendorong pengguna untuk mempertahankan penggunaan aplikasi di masa yang akan datang, atau dengan kata lain *Consumer Satisfaction* mendorong munculnya peningkatan *Continuance Intention*. Hasil penelitian ini sekaligus mendukung berbagai penelitian terdahulu (Al Amin, 2022; Daneji *et al.*, 2019; Garg & Sharma, 2020; Hadji & Degoulet, 2016; Kala *et al.*, 2004; Naufalia *et al.*, 2021; Novira *et al.*, 2024; Olivia & Marchyta, 2022; Pereira & Tam, 2021; Yu *et al.*, 2024) yang menemukan bahwa *Consumer Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Continuance Intention*.

5. Pengaruh *Perceive Ease Of Use* terhadap *Continuation Intention*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis ke-5 diterima karena *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Continuance Intention*. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin mudah suatu aplikasi digunakan, semakin besar keinginan pengguna untuk terus menggunakan aplikasi tersebut di masa mendatang. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu (Al Amin, 2022; Garg & Sharma, 2020; Hadji & Degoulet, 2016; Kala *et al.*, 2004; Olivia & Marchyta, 2022; Pereira & Tam, 2021) yang menemukan bahwa *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Continuance Intention*. Di sisi lain, penelitian terdahulu (Jo, 2022; Song & Jo, 2023) juga menunjukkan bahwa *Perceive Ease Of Use* tidak berpengaruh terhadap *Continuance Intention*.
Hasil penelitian ini juga sejalan dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan oleh Davis (1989), yang menjelaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan merupakan faktor penting yang memengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi.

6. Pengaruh Perceive Usefulness terhadap Continuation Intention

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis ke-6 terbukti karena *Perceived Usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Continuance Intention*. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin besar *Perceive Usefulness*, semakin besar pula keinginan para pelanggan untuk terus menggunakan aplikasi tersebut di masa mendatang. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian terdahulu (Al Amin, 2022; Kala *et al.*, 2004; Novita & Helena, 2021; Olivia & Marchyta, 2022; Yang, 2021; Yu *et al.*, 2024) yang menemukan bahwa *Perceived Usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Continuance Intention*. Walaupun demikian, masih ada beberapa penelitian terdahulu (Daneji *et al*., 2019; Jo, 2022; Naufalia *et al*., 2021; Pereira & Tam, 2021; Song & Jo, 2023) yang menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* tidak berpengaruh terhadap *Continuance Intention.* Temuan penelitian ini sejalan dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan oleh Davis (1989), yang menyatakan bahwa *Perceived Usefulness* merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi.

7. Pengaruh Perceived Risk terhadap Continuation Intention

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis ke-7 terbukti karena *Perceive Risk* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *Continuance Intention*. Artinya, semakin tinggi *Perceive Risk* maka semakin rendah keinginan pelanggan untuk terus menggunakan aplikasi PLN *Mobile* di masa mendatang. Temuan ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Pavlou (2003), yang menjelaskan bahwa risiko yang dipersepsikan merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi perilaku pengguna dalam lingkungan digital. Jenis transaksi berbasis teknologi sering tidak melibatkan interaksi tatap muka secara langsung sehingga ketidakpastian akan semakin besar. Ketidakpastian tersebut dapat memunculkan kekhawatiran mengenai keamanan dan keandalan layanan sehingga mengurangi *Continuance Intention*. Hasil ini juga sejalan dengan teori *Expectation Confirmation Theory* (ECT). Pengguna pada umumnya mengharapkan aplikasi yang digunakan dapat memberikan layanan yang aman, terpercaya, dan bebas dari risiko yang merugikan. Bilamana *Perceive Risk* dinilai tinggi oleh pelanggan, maka pengguna tidak memiliki *Continuance Intention* yang baik.

8. Pengaruh Perceived Ease Of Use terhadap Continuation Intention dengan Consumer Satisfaction sebagai Mediasi

Hasil penelitian menunjukkan hipotesis ke-8 terbukti karena *Consumer Satisfaction* mampu memediasi pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Continuance Intention*. Temuan ini mengindikasikan bahwa *Perceive Ease Of Use* tidak hanya dapat langsung mendorong *Consumer Satisfaction*, tetapi juga meningkatkan *Continuance Intention*. Secara rasional,

pengguna yang merasakan bahwa suatu aplikasi mudah dipelajari, mudah dipahami, dan mudah dioperasikan akan memperoleh pengalaman penggunaan yang lebih nyaman dan menyenangkan. Situasi dimana *Perceive Ease Of Use* pada pelanggan sudah baik maka hal tersebut menyebabkan timbulnya *Consumer Satisfaction* dan akhirnya terpeliharanya *Perceive Ease Of Use* maupun *Consumer Satisfaction* tersebut mendorong lahirnya *Continuance Intention* di pihak pelanggan. Hasil penelitian ini dapat dijelaskan melalui *Expectation Confirmation Theory (*ECT) yang menyatakan bahwa kepuasan terbentuk ketika pengalaman penggunaan sesuai atau melebihi harapan pengguna (Greeshma et al., 2025). Dalam konteks penelitian ini, pengguna umumnya mengharapkan aplikasi yang mudah digunakan dan ketika aplikasi mampu memenuhi harapan tersebut maka terjadi konfirmasi dari harapan yang akhirnya menghasilkan *Consumer Satisfaction*. Kepuasan inilah yang kemudian mendorong pengguna untuk terus menggunakan aplikasi di masa mendatang (*Continuance Intention*). Temuan penelitian saat ini didukung oleh hasil penelitian terdahulu (Daneji et al., 2019; Hadji & Degoulet, 2016; Kala et al., 2004; Naufalia et al., 2021; Olivia & Marchyta, 2022) yang menunjukkan bahwa *Perceive Ease Of Use* berpengaruh terhadap *Continuance Intention* dengan *Consumer Satisfaction* sebagai variabel intervening. Artinya, *Consumer Satisfaction* berperan sebagai mekanisme yang lebih menjelaskan bagaimana *Perceive Ease Of Use* dapat mendorong munculnya *Continuance Intention* pada aplikasi PLN *Mobile*.

9. Pengaruh Perceived Usefulness terhadap Continuation Intention dengan Consumer Satisfaction sebagai Mediasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis ke-9 terbukti karena *Consumer Satisfaction* mampu memediasi pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Continuance Intention*. Artinya, *Perceive Usefulness* dari aplikasi PLN *Mobile* tidak hanya secara langsung mendorong *Continuance Intention*, tetapi juga terbentuk dari *Consumer Satisfaction*. Secara rasional, *Consumer Satisfaction* muncul karena aplikasi PLN *Mobile* yang digunakan mampu memberikan manfaat yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan sebelumnya. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian-penelitian terdahulu (Daneji et al., 2019; Garg & Sharma, 2020; Kala et al., 2004; Novira et al., 2024) yang menunjukkan peran *Consumer Satisfaction* memediasi pengaruh *Perceive Usefulness* terhadap *Continuance Intention*. Hasil penelitian saat ini juga sejalan dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menempatkan *Perceived Usefulness* sebagai faktor utama dalam pembentukan perilaku penggunaan teknologi (Davis, 1989). Pengguna akan cenderung menerima dan terus menggunakan suatu teknologi apabila teknologi tersebut dianggap mampu meningkatkan kinerja dan memberikan manfaat yang nyata.

10. Pengaruh Perceived Risk terhadap Continuation Intention dengan Consumer Satisfaction sebagai Mediasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis ke-10 terbukti karena *Consumer Satisfaction* mampu memediasi pengaruh *Perceived Risk* terhadap *Continuance Intention*. Temuan ini mengindikasikan bahwa *Perceive Risk* tidak hanya secara langsung memengaruhi *Continuance Intention*, tetapi juga memengaruhi tingkat *Consumer Satisfaction* yang selanjutnya berdampak pada *Continuance Intention*. Hasil penelitian ini dapat dijelaskan melalui *Expectation Confirmation Theory* (ECT) yang menyatakan bahwa kepuasan terbentuk ketika pengalaman yang diperoleh pengguna sesuai atau melebihi yang diharapkan (Greeshma et al., 2025). Pelanggan umumnya mengharapkan aplikasi yang aman, terpercaya, dan mampu meminimalkan berbagai risiko. Ketika harapan tersebut terpenuhi, pemenuhan harapan yang menghasilkan kepuasan. Risiko sering dipandang sebagai faktor yang menghambat penggunaan teknologi, dampak risiko terhadap *Continuance Intention* tidak selalu terjadi

secara langsung. Sebagian pengaruh tersebut dapat terjadi melalui perubahan tingkat *Consumer Satisfaction*.

5. Penutup

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh perceived usefulness dan perceived ease of use terhadap user satisfaction, serta pengaruh user satisfaction terhadap continuance intention pada pengguna aplikasi New PLN Mobile di Surabaya. Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel yang diuji memiliki hubungan yang signifikan dalam model penelitian. Perceived usefulness terbukti memberikan pengaruh positif terhadap user satisfaction. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi manfaat yang dirasakan pengguna dalam menggunakan aplikasi New PLN Mobile, semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang mereka rasakan. Pengguna menilai bahwa aplikasi mampu memberikan efisiensi dalam proses layanan seperti pembayaran listrik, pelaporan gangguan, dan akses informasi. Perceived ease of use juga memiliki pengaruh positif terhadap user satisfaction. Temuan ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi menjadi faktor penting dalam membentuk pengalaman pengguna. Aplikasi yang mudah dipahami, memiliki navigasi jelas, dan tidak membutuhkan usaha berlebih meningkatkan kenyamanan pengguna dalam mengakses layanan. Selanjutnya, user satisfaction terbukti berpengaruh positif terhadap continuance intention. Artinya, pengguna yang merasa puas terhadap pengalaman penggunaan aplikasi memiliki kecenderungan yang lebih tinggi untuk terus menggunakan aplikasi New PLN Mobile di masa mendatang. Kepuasan menjadi faktor kunci yang menghubungkan persepsi pengguna dengan keputusan penggunaan jangka panjang. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa model integrasi Technology Acceptance Model (TAM) dan Expectation Confirmation Model (ECM) mampu menjelaskan perilaku pengguna aplikasi layanan publik digital secara efektif. Model ini menunjukkan bahwa persepsi awal pengguna berperan dalam membentuk kepuasan, yang kemudian menentukan keberlanjutan penggunaan aplikasi.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing atas arahan dan bimbingan selama penelitian. Terima kasih juga kepada responden pengguna New PLN Mobile di Surabaya yang telah membantu pengisian data. Apresiasi diberikan kepada seluruh pihak yang telah mendukung proses penyusunan penelitian ini hingga selesai.

Daftar Pustaka

Al Amin, M. (2022). The Influence of Psychological, Situational and the Interactive Technological Feedback-Related Variables on Customers' Technology Adoption to Use Online Shopping Applications. *Journal of Global Marketing*, *35*(5), 384–407. https://doi.org/10.1080/08911762.2022.2051157

Asri, H. R., Setyarini, E., & Gisijanto, H. A. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Peer To Lending. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, *1*(3), 1–9.

Daneji, A. A., Ayub, A. F. M., & Khambari, M. N. M. (2019). The effects of perceived usefulness, confirmation and satisfaction on continuance intention in using massive open online course (MOOC). *Knowledge Management and E-Learning*, *11*(2), 201–214. https://doi.org/10.34105/j.kmel.2019.11.010

Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, *13*(3), 319. https://doi.org/10.2307/249008

Garg, S., & Sharma, S. (2020). User Satisfaction and Continuance Intention for Using E-Training:

A Structural Equation Model. *Vision*, *24*(4), 441–451. https://doi.org/10.1177/0972262920926827

Greeshma, P., Vijay, J., & Kumar, P. M. (2025). Ecpectation Confirmation Theori: A service. *A Global Journal of Humanities*, *I*, 10–18.

Hadji, B., & Degoulet, P. (2016). Information system end-user satisfaction and continuance intention: A unified modeling approach. *Journal of Biomedical Informatics*, *61*, 185–193. https://doi.org/10.1016/j.jbi.2016.03.021

Hipólito, F., Dias, Á., & Pereira, L. (2025). Influence of Consumer Trust, Return Policy, and Risk Perception on Satisfaction with the Online Shopping Experience. *Systems*, *13*(3), 1–18. https://doi.org/10.3390/systems13030158

Jo, H. (2022). Antecedents of Continuance Intention of Social Networking Services (SNS): Utilitarian, Hedonic, and Social Contexts. *Mobile Information Systems*, *2022*. https://doi.org/10.1155/2022/7904124

Kala, D., Meet, R. K., & Al-Adwan, A. S. (2004). Impact of User Satisfaction With E-Government Services on Continuance Use Intention and Citizen Trust Using Tam-ISSM Framework. *Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge, and Management*, *19*, 1–22.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of Marketing* (18th ed.). Pearson Education.

McCord, M. (2006). Technology acceptance model. In *Handbook of Research on Electronic Surveys and Measurements* (eBook, pp. 306–308). Penerbit NEM. https://doi.org/10.4018/978-1-59140-792-8.ch038

Naufalia, R., Lateefa, C., & Yassar, D. (2021). Usefulness factors to predict the continuance intention using mobile payment, case study: GO-Pay, OVO, Dana. *Journal of Soft Computing Exploration*, *2*(2). https://doi.org/10.52465/joscex.v2i2.50

Novira, D., Utomo, H. S., & Mulyanto, I. H. (2024). Influence of Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness towards Continuance Intention with Customer Satisfaction as Intervening Variable: a study of Startup Companies Using e-Wallet. *Journal of Business Management and Economic Development*, *2*(02), 602–614. https://doi.org/10.59653/jbmed.v2i02.669

Novita, D., & Helena, F. (2021). Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Traveloka Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (TAM) Dan End-User Computing Satisfaction (EUCS) Analysis Of User Satisfaction Of The Traveloka Application Using The Technology Acceptance Model (TAM) And The En. *Jtsi*, *2*(1), 22–37.

Olivia, M., & Marchyta, N. K. (2022). The Influence of Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness on E-Wallet Continuance Intention. *Jurnal Teknik Industri*, *24*(1), 13–22. https://doi.org/10.9744/jti.24.1.13-22

Pereira, R., & Tam, C. (2021). Impact of enjoyment on the usage continuance intention of video-on-demand services. *Information and Management*, *58*(7), 103501. https://doi.org/10.1016/j.im.2021.103501

Putri, I. A. K. S., Prawitasari, P. P., Suryanata, I. G. N. P., & Kustina, K. T. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Keamanan, Persepsi Risiko dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana. *Ekonomika Bina Bangsa*, *18*(1), 695–710.

Song, H. G., & Jo, H. (2023). Understanding the Continuance Intention of Omnichannel: Combining TAM and TPB. *Sustainability (Switzerland)*, *15*(4), 1–20. https://doi.org/10.3390/su15043039

Yang, X. (2021). Determinants of consumers' continuance intention to use social recommender systems: A self-regulation perspective. *Technology in Society*, *64*(December 2020), 101464. https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101464

Yu, C., Yan, J., & Cai, N. (2024). ChatGPT in higher education: factors influencing ChatGPT user satisfaction and continued use intention. *Frontiers in Education*, *9*(May), 1–11.

https://doi.org/10.3389/feduc.2024.1354929