

Nomor Daftar: 038/S/BD/27/VIII/2024

**PENGARUH *USER EXPERIENCE* TERHADAP *PURCHASE*  
*DECISION* PENGGUNA PLN MOBILE**

**SKRIPSI**

*diajukan untuk memenuhi sebagai syarat*

*untuk memperoleh gelar Sarjana Bisnis Program Studi Bisnis Digital*



Oleh

Tiara Putri

2007970

**PROGRAM STUDI S1 BISNIS DIGITAL  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA  
KAMPUS TASIKMALAYA  
2024**

**PENGARUH *USER EXPERIENCE* TERHADAP *PURCHASE*  
*DECISION* PENGGUNA PLN MOBILE**

**Oleh  
Tiara Putri**

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian dari Persyaratan Memperoleh Gelar  
Sarjana Bisnis Program Studi Bisnis Digital**

**©Tiara Putri  
Universitas Pendidikan Indonesia  
September 2024**

**Hak Cipta dilindungi undang – undang.  
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian.  
Dengan dicetak ulang, difoto copy, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis**

**Tiara Putri**

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

**Tiara Putri**

**PENGARUH *USER EXPERIENCE* TERHADAP *PURCHASE DECISION*  
PENGGUNA PLN MOBILE**

**Disetujui dan disahkan oleh dosen pembimbing:**

**Pembimbing I**



**Rangga Gelar Guntara S.Kom., M.kom.**

**NIP 920200819880616101**

**Pembimbing II**



**Adi Prehanto, S.S., M.Pd.**

**NIP 920200419880223101**

**Mengetahui,**

**Ketua Program Studi S1 Bisnis Digital UPI  
Kampus Tasikmalaya**



**Syti Sarah Maesaroh, S.P., M.M.**

**NIP. 920190219900625201**

# **PENGARUH *USER EXPERIENCE* TERHADAP *PURCHASE DECISION* PENGGUNA PLN MOBILE**

## **ABSTRAK**

PLN Mobile merupakan sebuah aplikasi mobile yang dirancang oleh PT PLN untuk memberikan layanan kepada Masyarakat. Aplikasi ini dirancang untuk mempermudah Masyarakat khususnya pelanggan PT PLN dalam mengelola dan mencari berbagai informasi mengenai kelistrikannya. Namun walaupun demikian aplikasi ini masih mendapatkan berbagai komentar atau ulasan negatif pengguna pada *appstore* maupun *playstore* yang mana sebagian besar pengguna mengeluhkan terkait *user experience* dari aplikasi ini. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan tiap aspek yang membentuk variabel UX terhadap *Purchase decision* pengguna PLN Mobile, serta menguji secara empiris pengaruh *user experience* terhadap *purchase decision* pengguna PLN Mobile. Menggunakan pendekatan kuantitatif, penelitian ini melibatkan survei terhadap pengguna aktif aplikasi PLN Mobile. Hasil yang di dapat penelitian ini dari uji korelasi yang dilakukan masing-masing indikator *user experience* terhadap *purchase decision* pengguna PLN Mobile menunjukkan bahwa hubungan sangat kuat terjadi antara aspek *stimulation* dan *novelty*, hubungan yang kuat terjadi anatar aspek *perspicuity* dan *dependability*, dan hubungan sedang terjadi pada aspek *attractiveness*. Temuan lain yang didapatkan dari penelitian ini yaitu *user experience* menjelaskan sebesar 72,1% varians dalam *purchase decision* pengguna. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas *user experience*, khususnya dalam hal *stimulation* dan *novelty*, dapat menjadi strategi efektif bagi PLN Mobile untuk mendorong adopsi layanan tambahan. Hasil penelitian ini memberikan implikasi penting bagi pengembangan aplikasi seluler dalam konteks layanan publik.

**Kata kunci** : Keputusan pembelian, Layanan Publik, Pengalaman Pengguna, PLN Mobile

## **THE INFLUENCE OF USER EXPERIENCE ON THE PURCHASE DECISION OF PLN MOBILE USERS**

### **ABSTRACT**

*PLN Mobile is a mobile application designed by PT PLN to provide services to the community. This application is designed to make it easier for the community, especially PT PLN customers, to manage and search for various information about their electricity. However, even so, this application still gets various negative comments or reviews from users on the appstore and playstore, where most users complain about the user experience of this application. This study aims to specifically identify the most dominant aspects of user experience that influence the decision to purchase additional services on the PLN Mobile application, as well as to empirically test the overall influence of user experience on these purchasing decisions. Using a quantitative approach, this study involved a survey of active users of the PLN Mobile application. Linear regression analysis showed that the stimulation and novelty dimensions of user experience contributed significantly to purchasing decisions. Overall, user experience explained 72.1% of the variance in user purchasing decisions. These findings indicate that improving the quality of user experience, especially in terms of stimulation and novelty, can be an effective strategy for PLN Mobile to encourage the adoption of additional services. The results of this study provide important implications for the development of mobile applications in the context of public services.*

**Keywords:** *PLN Mobile, Public Services, Purchasing Decisions, User experience*

## DAFTAR ISI

<b><u>KATA PENGANTAR</u></b> .....	<b>II</b>
<b><u>UCAPAN TERIMAKASIH</u></b> .....	<b>III</b>
<b><u>ABSTRAK</u></b> .....	<b>VI</b>
<b><u>ABSTRACT</u></b> .....	<b>VII</b>
<b><u>DAFTAR ISI</u></b> .....	<b>VIII</b>
<b><u>DAFTAR TABEL</u></b> .....	<b>XI</b>
<b><u>DAFTAR GAMBAR</u></b> .....	<b>12</b>
<b><u>BAB I</u></b> .....	<b>1</b>
<b><u>PENDAHULUAN</u></b> .....	<b>1</b>
1.1 <u>Latar Belakang Penelitian</u> .....	1
1.2 <u>Rumusan Masalah Penelitian</u> .....	7
1.3 <u>Tujuan Penelitian</u> .....	7
1.4 <u>Manfaat Penelitian</u> .....	8
1.4.1 <u>Manfaat Teoritis</u> .....	8
1.4.2 <u>Manfaat Praktis</u> .....	8
1.5 <u>Struktur Organisasi Skripsi</u> .....	9
<b><u>BAB II</u></b> .....	<b>13</b>
<b><u>KAJIAN PUSTAKA</u></b> .....	<b>13</b>
2.1 <u>Kajian Pustaka</u> .....	13
2.1.1 <u>User experience</u> .....	13
2.1.2 <u>Purchase Decision</u> .....	17
2.1.3 <u>PLN Mobile</u> .....	19
2.2 <u>Penelitian Terdahulu</u> .....	20
2.3 <u>Kerangka Pemikiran</u> .....	25
2.4 <u>Hipotesis</u> .....	26
<b><u>BAB III</u></b> .....	<b>27</b>
<b><u>METODE PENELITIAN</u></b> .....	<b>27</b>
3.1 <u>Alur Penelitian</u> .....	27
3.2 <u>Objek Penelitian</u> .....	28
3.3 <u>Metode Penelitian</u> .....	28
3.3.1 <u>Jenis Penelitian dan Metode yang digunakan</u> .....	28
3.3.2 <u>Operasionalisasi Variabel</u> .....	29
3.3.3 <u>Jenis dan Sumber Data</u> .....	30
3.3.4 <u>Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel</u> .....	30
3.3.5 <u>Teknik Pengumpulan Data</u> .....	32

3.3.6	<u>Pengujian Instrumen</u>	32
3.3.7	<u>Rancangan Analisis Data</u>	34
<b>BAB IV</b>		<b>42</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b>		<b>42</b>
4.1	<u>Gambaran Umum PLN Mobile</u>	42
4.2	<u>Karakteristik Responden Penelitian</u>	43
4.2.1	<u>Usia</u>	43
4.2.2	<u>Profesi</u>	45
4.2.3	<u>Sistem Operasi yang Digunakan</u>	45
4.2.4	<u>Lama Penggunaan Aplikasi</u>	46
4.3	<u>Uji Instrumen</u>	47
4.3.1	<u>Uji Validitas</u>	47
4.3.2	<u>Uji Reliabilitas</u>	50
4.4	<u>Analisis Deskriptif</u>	51
4.5	<u>Analisis Faktor</u>	54
4.5.1	<u>KMO dan Barlett's Test</u>	54
4.5.2	<u>Anti-image Matrices</u>	55
4.5.3	<u>Rotated Component Matrix</u>	55
4.6	<u>Uji Asumsi Klasik</u>	56
4.6.1	<u>Uji Normalitas</u>	56
4.6.2	<u>Uji Linearitas</u>	58
4.6.3	<u>Uji Heterokedastisitas</u>	59
4.6.4	<u>Uji Multikolinearitas</u>	60
4.7	<u>Uji Korelasi</u>	61
4.7.1	<u>Attractiveness Terhadap Purchase Decision</u>	61
4.7.2	<u>Perspicity Terhadap Purchase Decision</u>	62
4.7.3	<u>Dependability Terhadap Purchase Decision</u>	63
4.7.4	<u>Stimulation Terhadap Purchase Decision</u>	64
4.7.5	<u>Novelty Terhadap Purchase Decision</u>	64
4.8	<u>Uji Hipotesis</u>	65
4.8.1	<u>Uji Regresi Linear Sederhana</u>	65
4.8.2	<u>Uji Koefisien Determinasi</u>	66
4.9	<u>Pembahasan</u>	67
4.9.1	<u>Hubungan Masing-Masing Aspek UX Terhadap Purchase Decision</u>	67
4.9.2	<u>Pengaruh User experience Terhadap Purchase Decision</u>	68

<b><u>BAB V</u></b> .....	<b>70</b>
<b><u>KESIMPULAN, SARAN, DAN REKOMENDASI</u></b> .....	<b>70</b>
<u>5.1 Kesimpulan</u> .....	70
<u>5.2 Implikasi</u> .....	70
<u>5.3 Rekomendasi</u> .....	71
<b><u>DAFTAR PUSTAKA</u></b> .....	<b>73</b>
<b><u>LAMPIRAN</u></b> .....	<b>81</b>
<u>Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian</u> .....	81
<u>Lampiran 2 : Tabulasi Data Responden</u> .....	85
<u>Lampiran 3 : Nilai R Tabel</u> .....	88
<u>Lampiran 4 : Tangkapan Layar Ulasan Pengguna PLN Mobile</u> .....	90
<u>Lampiran 5 : Riwayat Hidup</u> .....	91



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Ulasan pengguna PLN Mobile di <i>Appstore</i> .....	3
Tabel 1. 2	Ulasan Pengguna di <i>Playstore</i> .....	5
Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu .....	20
Tabel 3. 1	Operasionalisasi Variabel .....	29
Tabel 3. 2	Skala Likert.....	34
Tabel 3. 3	Rentang Skala Analisis Deskriptif.....	35
Tabel 3. 4	Interpretasi Nilai KMO.....	36
Tabel 3. 5	Nilai Faktor Loading.....	37
Tabel 3. 6	Pedoman Interpretasi Hasil Uji Korelasi .....	40
Tabel 4. 1	Hasil Uji Validitas <i>User experience</i> .....	48
Tabel 4. 2	Hasil Uji Validitas <i>Purchase Decision</i> .....	49
Tabel 4. 3	Uji Reabilitas <i>User experience</i> .....	50
Tabel 4. 4	Uji Reabilitas <i>Purchase Decision</i> .....	51
Tabel 4. 5	Rentang Skala Analisis Deskriptif.....	52
Tabel 4. 6	Hasil Analisis Deskriptif.....	52
Tabel 4. 7	Hasil KMO dan Barlett's Test .....	54
Tabel 4. 8	Anti Image Matriks.....	55
Tabel 4. 9	Rotated Component Matrix .....	56
Tabel 4. 10	Hasil Uji Normalitas.....	57
Tabel 4. 11	Hasil Uji Linearitas.....	58
Tabel 4. 12	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	59
Tabel 4. 13	Hasil Uji Multikolinearitas .....	60
Tabel 4. 14	Interpretasi Hasil Uji korelasi .....	61
Tabel 4. 15	Hasil Uji Korelasi Attractiveness Terhadap <i>Purchase Decision</i> .....	62
Tabel 4. 16	Hasil Uji Korelasi Perspicuity Terhadap <i>Purchase Decision</i> .....	62
Tabel 4. 17	Hasil Uji Korelasi Dependability Terhadap <i>Purchase Decision</i> .....	63
Tabel 4. 18	Hasil Uji Korelasi Stimulation Terhadap <i>Purchase Decision</i> .....	64
Tabel 4. 19	Hasil Uji Korelasi Novelty Terhadap <i>Purchase Decision</i> .....	65
Tabel 4. 20	Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	66
Tabel 4. 21	Hasil Uji Koefisien Determinasi ( R-Square) .....	67

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 List Pendapatan BUMN Tertinggi .....	2
Gambar 2. 1 Bagan Kerangka Pemikiran .....	26
Gambar 3. 1 Alur Penelitian .....	27
Gambar 4. 1 Fitur PLN Mobile.....	43
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	44
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi.....	45
Gambar 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Sistem Operasi.....	46
Gambar 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan .....	47

## DAFTAR PUSTAKA

- A, Q. (2024). Kajian Pustaka: Pengertian, Manfaat, Tujuan, Cara Membuat, dan Contoh. <https://www.gamedia.com/>  
<https://www.gamedia.com/literasi/kajian-pustaka/>
- Abdullah, M. (2016). Metodologi Penelitian Kuantitatif. Institut Dian/Interfidei.
- Adina, C. P., & Nasution, N. (2021). Proses Rebranding Aplikasi New PLN Mobile oleh Humas PT.PLN Persero. <http://repository.umsu.ac.id/handle/123456789/15924>
- Affandi, M. N., Rahman, I. F., Giyona, R. L., Aldia, D., & Rahadhini, D. (2023). Pengaruh Harga, Brand Ambassador Dan Kualitas Produk Terhadap *Purchase Decision* Ms Glow. JAMBURA, 6(2), 719–726. <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB>
- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. Jurnal Matematika UNAND, 8(1), 179–188.
- Aprilyada, G., Zidan, M. A., Ainunisa, R. A., & Winarti, W. (2023). Peran Kajian Pustaka Dalam Penelitian Tindakan Kelas. Jurnal Kreativitas Mahasiswa, 1(2), 165–173.
- Arisena, A., Suseno, G. P., & Fahreza, M. (2023). Peran Penggunaan Website dan Kualitas Produk dalam *Purchase Decision* pada Produk Fashion. COOPETITION Jurnal Ilmiah Manajemen , 14(2), 253–266.
- Aristi, S. (2022). Layanan Kelistrikan Kian Mudah dan Cepat, Ini Kata Pelanggan PLN Tentang PLN Mobile. <https://web.pln.co.id/>  
<https://web.pln.co.id/cms/media/siaran-pers/2022/07/layanan-kelistrikan-kian-mudah-dan-cepat-ini-kata-pelanggan-pln-tentang-pln-mobile/>
- Ariwardi, R. (2021). Analisis Pengaruh User Interface (UI) dan *User experience* (UX) Terhadap *Purchase Decision* Konsumen Menggunakan Marketplace. <http://scholar.unand.ac.id/84147/>
- Asniati, A. A. M., & Fourqoniah, F. (2023). Pengaruh User Interface (UI) dan *User experience* (UX) Terhadap Minat Beli Ulang Akun Netflix. JISOS Jurnal Ilmu Sosial, 2(4), 1645–1658.

- Astuti, N. D., & Arifin, Z. (2021). Nilai Sosial Dalam Novel Ananta Prahadi karya Risa Saraswati : Tinjauan Sosiologi Sastra dan Relevansinya Sebagai Bahan Ajar Di SMA. *Jurnal Pendidikan, Bahasa, Sastra, Seni, Dan Budaya*, 1(2), 13–22.
- Aulia, N., Andryana, S., & Gunaryati, A. (2020). *User experience Design Of Mobile Charity Application Using Design Thinking Method*. *JURNAL SISFOTENIKA*, 11(1), 26–36. <https://doi.org/10.30700/jst.v11i1.1066>
- A'yuni, S. G., & Chusumastuti, D. (2021). Pengaruh User Interface Aplikasi Shopee terhadap Minat Beli Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi dan Komunikasi*, 5(1), 49–58. <https://doi.org/10.56873/jimik.v5i1.154>
- Azahari, H., Fantini, E., & Samsudin. (2021). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan pada Perusahaan Fintech Pendanaan Xyz di Era VUCA. *Prosiding Seminar STIAMI*, 8(2), 115–123.
- Bahri, S. (2022). Implementasi Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Menghadapi Era Bercirikan VUCA. *Jurnal Hurriah : Jurnal Evaluasi Pendidikan dan Penelitian*, 3(2), 37–51.
- Berutu, F. R. R. (2023). Pengaruh user interface (UI) dan *user experience* (UX) terhadap *Purchase Decision* produk investasi pada aplikasi Marketplace Bibit. <https://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/88013>
- Budiharto, R. A. (2019). Native language Interference On Target Language Writings Of Indonesian Efl Students: An Exploratory Case Study. *Indonesian EFL Journal (IEFLJ)*, 5(1), 107–116. <https://doi.org/10.25134/ieflj.v5i1.1630>
- Ekawati, P., Hidayati, N., & Saraswati, E. (2022). Pengaruh *User experience*, Discount dan Kemudahan Akses terhadap *Purchase Decision* pada Pengguna Grabfood (Studi pada Mahasiswa Manajemen UNISMA Angkatan 2018). *e-Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN*, 11(6), 89–98. [www.fe.unisma.ac.id](http://www.fe.unisma.ac.id)
- Ena, M. Y., Nyoko, A. E. L., & Ndoen, W. M. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Word Of Mouth Terhadap *Purchase Decision* Di Chezz Cafenet. *Journal Of Management*, 10(3), 299–310.

- Febriani, N. (2020). User Interface Dan *User experience* Webqual 4.0 Rollover- Reaction.Com Untuk Meningkatkan *Purchase Decision* Konsumen. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komputer*, 6(2), 195–207.
- Farimah. (2015). farimah. <https://www.researchgate.net/post/What-is-the-acceptable-range-for-factor-loading-in-SEM>
- Firmansyah, D., & Dede. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85–114. <https://doi.org/10.55927>
- Gunawan, A. G., & Susanti, F. (2019). Pengaruh Bauran Promosi dan Harga Terhadap Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padanfg. *INA RXIV*.
- Haribowo, R., Tannady, H., Yusuf, M., Wardhana, G. W., & Syamsurial. (2022). Analysis Of The Role Of Social Media Marketing, Product Quality And Brand Awareness On Buying Decisions For Restaurant Customers In West Java Analisis Peran Social Media Marketing, Kualitas Produk Dan Brand Awareness. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(6), 4024–4032. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Harisma, C. B. D., Sidanti, H., & Kadi, D. C. A. (2022). Pengaruh Media Sosial dan *User experience* Terhadap *Purchase Decision* Handphone Second Di Marketplace Facebook (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Madiun). *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akutansi (SIMBA) 4*.
- Haryanto, R. N. (2023). Pengaruh *User experience*, Kelengkapan Produk, Persepsi Harga, Promosi Terhadap *Purchase Decision* Pada E-Commerce Shopee Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pengguna Perempuan Pada Shopee Di Kota Semarang). <https://repofeb.undip.ac.id/13611/>
- Herawati, S., Saktiendi, E., & Raihanah, A. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi KAI Access terhadap Kepuasan Konsumen PT Kereta Api Indonesia (Persero). *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 1(6), 1391–1406. <https://doi.org/10.55927/fjmr.v1i6.1436>

- Hertina, D., Sulasmi, Taufik, M. Z., Sutarto, Aziza, N., Suharyanto, Iskandar, A., & Lukito, D. (2024). *Buku Ajar Metode Penelitian Bisnis*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.  
[https://books.google.co.id/books?id=B9ntEAAAQBAJ&lpg=PA66&ots=V9c\\_69mLUz&dq=operasionalisai%20variabel%20menurut%20hertina&lr&pg=PA66#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?id=B9ntEAAAQBAJ&lpg=PA66&ots=V9c_69mLUz&dq=operasionalisai%20variabel%20menurut%20hertina&lr&pg=PA66#v=onepage&q&f=false)
- Himawan, H., & F, M. Y. (2020). *Interface User experience*. Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat UPN Veteran Yogyakarta.  
[http://eprints.upnyk.ac.id/26163/1/Buku\\_InterfaceUSERExperience\\_MangarasYanuF.pdf](http://eprints.upnyk.ac.id/26163/1/Buku_InterfaceUSERExperience_MangarasYanuF.pdf)
- Ibrahim, A., & Ambarita, A. (2018). Sistem Informasi Pengaduan Pelanggan Air Berbasis Website Pada PDAM Kota Ternate. *IJIS Indonesian Journal on Information System*, 3(1), 10–19.
- Jabir, S. R., Azis, H., Widyawati, D., & Tenripada, A. U. (2023). Prediksi potensi donatur menggunakan model Logistic Regression. *Indonesian Journal of Data and Science (IJODAS)*, 4(1), 31–37.
- Kaiser, H. F. (1960). The Aplication of Electronic Computers to Factor Analysis. *Sage Journals*, XX(1).  
<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/001316446002000116#tab-contributors>
- Kammalawatta, O. (2021). Characteristics of a good UX according to Google.  
<https://bootcamp.uxdesign.cc/>. <https://bootcamp.uxdesign.cc/characteristics-of-a-good-ux-according-to-google-90bacda2abbb>
- Kusumastuti, I., Kurniawati, N., Satria, D. L., & Wicaksono, D. (2019). Analisis Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dimediasi Oleh Kepuasan Kerja Karyawan Pada Sp Alumunium di Yogyakarta. *Jurnal REKOMEN (Riset Ekonomi Manajemen)*, 3(1), 43–53.
- Maulidya, N. F. H., Tolle, H., & Rokhmawati, R. I. (2021). Perancangan Pengalaman Pengguna Aplikasi Survei Online Berbayar Antar Mahasiswa berbasis Mobile menggunakan Metode Design Thinking. *Jrnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 5(8), 3356–3366.  
<http://j-ptiik.ub.ac.id>

- Misno, A., Mulyapradana, A., Jibril Tajibu, M., Saputra, N., Aziza, N., & Lily Anita, T. (2021). *Fundamentals of Social Research : Methods, Processes and Applications*. [www.diandracreative.com](http://www.diandracreative.com)
- Munji, I. N. (2020). Pengaruh Bi Rate, FDR, dan NPF terhadap Pendapatan Pembiayaan Murabahah Pada Bank Umum Syariah Indonesia Periode 2014-2018.
- Nasution, H. F. (2016). Instrumen Penelitian dan Urgensinya dalam Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman*, 4(1), 59–75.
- Nisrina, D. N. (2021). User Experince Dan Perceived Value Terhadap *Purchase Decision* Melalui Electronic Word-Of-Mouth.". <https://repository.upi.edu/64924/>
- Oktavia, A. S., Lestari, R. W., & Nugroho, A. (2024). Analisis Pengalaman Pengguna Aplikasi Transportasi Umum dengan Metode *User experience* Questionnaire. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 6(1), 76–83. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v6i1.1094>
- PLN. (2023). Statistik PLN . <https://web.pln.co.id/>. <https://web.pln.co.id/statics/uploads/2024/03/Statistik-PLN-2023-Unaudited-28.2.24.pdf>
- Pramesti, W. (2017). Analisis Pemingkatan Sukuk: Perspektif keuangan. *BISNIS Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 5(1), 93–110. [www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id)
- Pratiwi, M. I., & Patrikha, F. D. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Harga dan Influencer Terhadap *Purchase Decision* di Rumah Makan Se'i Sapiku Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1417–1427.
- Prawibowo, S. T. (2022). Analisis Disonansi Kognitif Mahasiswa Untuk Pemilihan Asisten Laboratorium Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Indonesia.
- Putra, F. F., & Saputri, M. E. (2020). The Effect of Brand Image And Electronic Word Of Mouth on Purchase Decision On Bukalapak. *e-Proceeding of Management*, 7(2), 6212–6222.
- Putranto, B. D. (2023). Pengaruh User Interface (UI), *User experience* (UX) Dan Fitur Layanan Terhadap *Purchase Decision* Online Pada Website Tako Bag Yogyakarta. <https://repository.stimykpn.ac.id/493/>

- Raharjo, S. (2018). Panduan Analisis Faktor dan Interpretasi dengan SPSS Lengkap. <https://www.spssindonesia.com/>.  
<https://www.spssindonesia.com/2018/12/analisis-faktor-dan-interpretasi-spss.html>
- Rahman, L. S. M. (2024). Analisis Komponen Pembentuk Indeks Komposit Pekerjaan Layak di Indonesi. [https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/77232/1/%5B7%5D%20034\\_SKRIPSI\\_LIA%20SITI%20MALIYAH%20RAHMAN%20%28AutoRecovered%29.pdf](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/77232/1/%5B7%5D%20034_SKRIPSI_LIA%20SITI%20MALIYAH%20RAHMAN%20%28AutoRecovered%29.pdf)
- Ramadhan, H. A., Purwaamijaya, B. M., & Guntara, R. G. (2023). Pengaruh *User experience* terhadap Customer Satisfaction pada Aplikasi Seluler Streaming Vidio. *JTIM : Jurnal Teknologi Informasi dan Multimedia*, 5(2), 122–133. <https://doi.org/10.35746/jtim.v5i2.367>
- Salwa, R., & Nasution, M. I. P. (2024). Inovasi Bisnis Organisasi Melalui Sistem Dan Teknologi Informasi. *CEMERLANG: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, 4(1), 21–31.
- Sari, M. (2013). Instrumen Penelitian. PDF Complete.
- Sari, P. A. (2024, Mei 30). Semua Makin Mudah : Aplikasi PLN Mobile Sudah dinikmati 613.881 Pelanggan PLN Sumbar. <https://infosumbar.net/berita/berita-nasional/semua-makin-mudah-aplikasi-pln-mobile-sudah-dinikmati-613-881-pelanggan-pln-sumbar/>
- Schrepp, M., & Thomaschewski, J. (2019). Eine modulare Erweiterung des *User experience* Questionnaire - Hinweise zur Anwendung in praktischen Projekten. *Lecture Notes in Informatics (LNI), Proceedings - Series of the Gesellschaft fur Informatik (GI)*, 148–156. <https://doi.org/10.18420/muc2019-up-0108>
- Sitindaon, D. R. N., & Munthe, R. G. (2024). Membangun Kinerja Melalui Kontribusi Kompetensi Karyawan di Departemen Keandalan dan Inovasi Produksi BUMN X. *Jurnal Lentera Bisnis Manajemen*, 2(1), 37–43. <https://lenteranusa.id/>



- Situmorang, T. E., & Purba, D. (2019). Perancangan Aplikasi Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian. *KAKIFIKOM (Kumpulan Artikel Karya Ilmiah Fakultas Ilmu Komputer)*, 1(2), 54–58.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sumenge, A. S. (2013). Analisis Efektivitas Dan Efisiensi Pelaksanaa Anggaran Belanja Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (BAPPEDA) Minahasa Selatan. *74 Jurnal EMBA*, 1(3), 74–81.
- Suriani, N., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24–36.  
<http://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/ihsan>
- Syahri, A. A. (2014). Statistika Pendidikan. *Sigma (Suara Intelektual Gaya Matematika)*, 6(2), 121–129.
- Syamsudin, & Astuti, A. D. (2021). Literature Review : Pengaruh Simplisia Jahe Terhadap Penurunan Nyeri Rheumatoid Arthritis. *Jurnal Keperawatan p-issn*, 7(2), 2477–1414.
- Syarif, N. (2021). Pengaruh *User experience* Terhadap Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty Generasi Milenial Pada Aplikasi Streaming Spotify.  
<https://repository.ipb.ac>
- Syofiadi, R. (2024). Buah Transformasi, PLN Raih Kinerja Terbaik pada Tahun 2023. <https://web.pln.co.id/>. <https://web.pln.co.id/cms/media/siaran-pers/2024/05/cetak-hattrick-pln-kembali-raih-kinerja-keuangan-terbaik-sepanjang-sejarah-pada-tahun-2023/>
- Ummah, N. A. A., Wijyantini, B., & Rusdiyanto. (2023). Relevansi Harga, Kualitas Layanan Islami dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *EKONOMIKA : Manajemen, Akuntansi, dan Perbankan Syari'ah*, 12(1), 1–24.
- Utami, Y., Rasmanna, P. M., & Khairunnisa. (2023). Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrument Penilaian Kinerja Dosen. *Jurnal Sains dan Teknologi*, 4(2), 21–24.
- Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2896–2910.

- Widiyanti, W., & Fitriani, D. (2017). Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai pada Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Depok. *Cakrawala*, XVII(2), 132–138.
- Wiwesa, N. R. (2021). User Interface dan *User experience* Untuk Mengelola Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 3(2), 16–31.
- Yanti, M. (2021). Pengaruh Desa dan Alokasi Dana Desa Terhadap Kepuasan Masyarakat di Desa Sudajayagirang Kecamatan Sukabumi. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi*, 2(2), 68–88.
- Yuliani, W., & Banjarnahor, N. (2021). Metode Penelitian Pengembangan (RND) Dalam Bimbingan Dan Konseling . *QUANTA*, 5(3), 111–118. <http://www.e-journal.stkipsiliwangi.ac.id/index.php/quanta/article/view/3051/1319>