

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Perusahaan Listrik Negara (PLN)

Pada akhir abad ke-19, industri gula dan ketenagalistrikan di Indonesia mulai mengalami perkembangan ketika sejumlah perusahaan Belanda yang bergerak di sektor gula dan teh membangun pembangkit listrik untuk kebutuhan operasional mereka sendiri. Selama periode 1942 hingga 1945, pengelolaan perusahaan-perusahaan tersebut beralih ke tangan Jepang, setelah Belanda menyerah kepada Jepang pada awal Perang Dunia II. Setelah kekalahan Jepang dari Sekutu pada Agustus 1945, kekuasaan kembali mengalami transisi. Momen ini dimanfaatkan oleh para pemuda serta pekerja di sektor kelistrikan yang tergabung dalam delegasi Buruh/Pegawai Listrik dan Gas. Bersama dengan tokoh-tokoh Komite Nasional Indonesia (KNI) Pusat, mereka mendatangi Presiden Soekarno untuk menyerahkan pengelolaan perusahaan-perusahaan tersebut kepada pemerintah Indonesia, (website PLN 2024).

Menanggapi hal itu, pada tanggal 27 Oktober 1945, Presiden Soekarno mendirikan Jawatan Listrik dan Gas di bawah naungan Departemen Pekerjaan Umum dan Tenaga, dengan kapasitas pembangkit listrik saat itu mencapai 157,5 MW. Kemudian, pada 1 Januari 1961, lembaga ini diubah menjadi Badan Pimpinan Umum Perusahaan Listrik Negara (BPU-PLN), yang menangani sektor listrik, gas, dan kokas. Namun, BPU-PLN dibubarkan pada 1 Januari 1965 dan digantikan oleh dua badan usaha milik negara: Perusahaan Listrik Negara (PLN) untuk mengelola kelistrikan, serta Perusahaan Gas Negara (PGN) untuk sektor gas. Pada tahun 1972, melalui Peraturan Pemerintah No. 18, PLN ditetapkan sebagai Perusahaan Umum Listrik Negara dan diberikan mandat sebagai Pemegang Kuasa Usaha Ketenagalistrikan (PKUK) yang bertanggung jawab menyediakan listrik untuk masyarakat, (website PLN 2024).

Dengan adanya kebijakan pemerintah yang membuka peluang bagi sektor swasta di bidang penyediaan listrik, maka sejak tahun 1994, status PLN

berubah dari perusahaan umum menjadi perusahaan perseroan (Persero), namun tetap berperan sebagai PKUK dalam menyuplai listrik untuk kepentingan umum hingga saat ini, (website PLN 2024).

Logo dan *Branding* Perusahaan yang dikenal luas oleh *Stakeholder* PLN adalah sebagai berikut:



Gambar 1. 1 Logo PT PLN (Persero)

Sumber : Website PT PLN (Persero) tahun 2024



Gambar 1. 2 Logo Aplikasi PLN Mobile

Sumber : Website PT PLN (Persero) tahun 2024

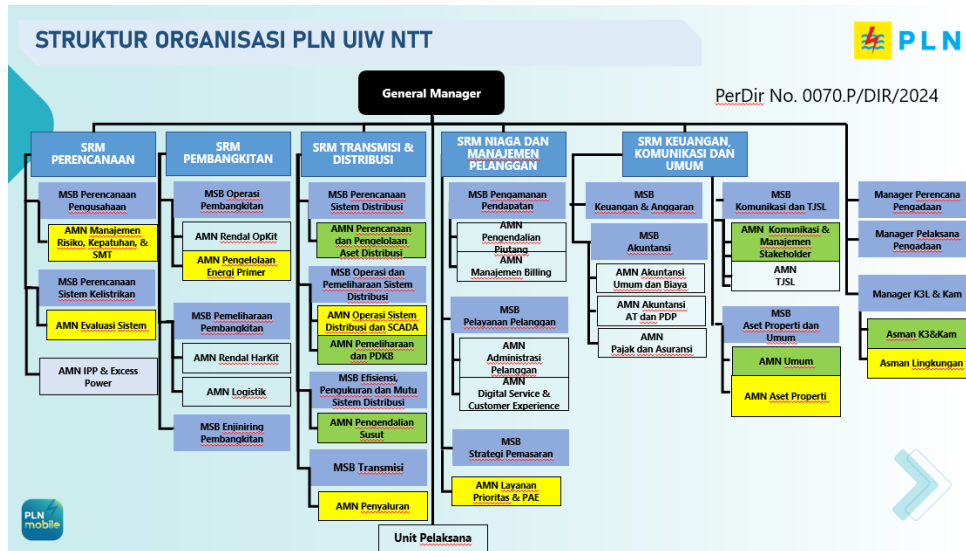
Visi

Menjadi Perusahaan Global Top 500 dan #1 Pilihan Pelanggan untuk Solusi Energi.

Misi

- Menjalankan bisnis kelistrikan dan bidang lain yang terkait, berorientasi pada kepuasan pelanggan, anggota perusahaan dan pemegang saham.
- Menjadikan tenaga listrik sebagai media untuk meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat.
- Mengupayakan agar tenaga listrik menjadi pendorong kegiatan ekonomi.
- Menjalankan kegiatan usaha yang berwawasan lingkungan.

Struktur organisasi PT PLN (Persero) Unit Induk Wilayah Nusa Tenggara Timur terdiri dari General manager, Senior Manager, Manager, Assistant Manager dan Team Leader, untuk began nya sebagai berikut:



Gambar 1. 3 Struktur Organisasi PLN UIW NTT

Sumber : Profile PLN UIW NTT Tahun 2024

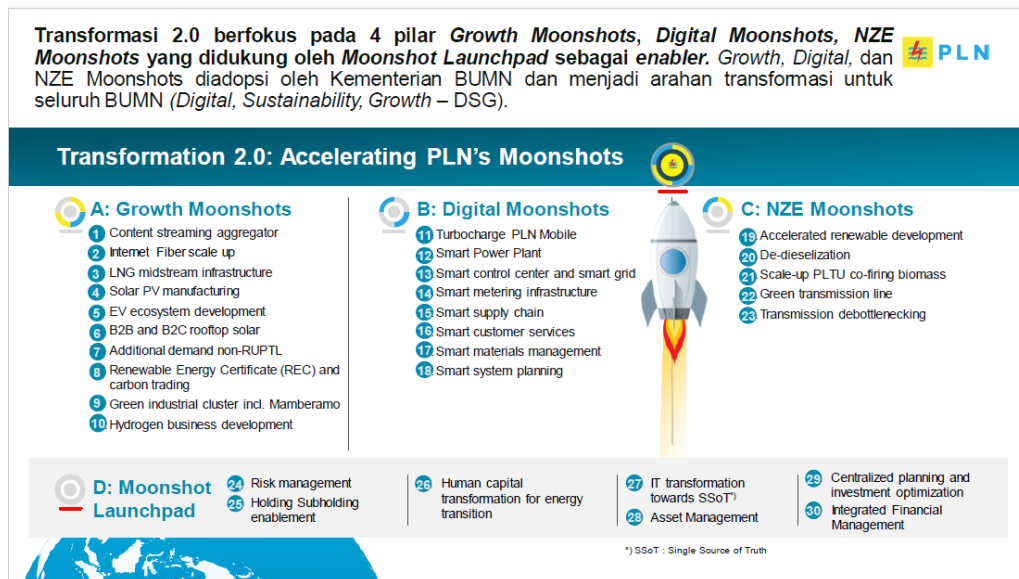
Program transformasi PLN 2.0 *Moonshots* adalah sebagai berikut.



Gambar 1. 4 Transformasi PLN 2.0 *Moonshots*

Sumber : PPT Sosialisasi Transformasi PLN 2.0 (2024)

Digital Moonshots – Turbocharge PLN Mobile adalah sebagai berikut.



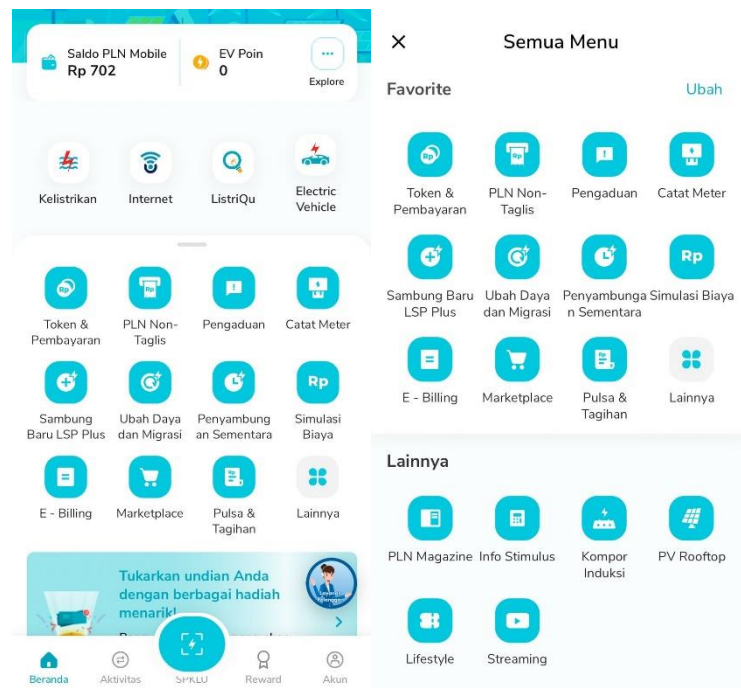
Gambar 1. 5 Transformasi PLN 2.0 *Turbocharge PLN Mobile*

Sumber : PPT Sosialisasi Transformasi PLN 2.0 (2024)

1.1.2 Aplikasi *PLN Mobile*

Perusahaan Listrik Negara (PLN) pada tanggal 20 Desember 2020 meluncurkan sebuah aplikasi bernama *New PLN Mobile* dengan tujuan tidak lebih untuk merealisasikan adanya transformasi digitalisasi di PT. PLN (Persero) dengan berlandaskan *customer focused*. Adapun berbagai macam fitur utama yang ditawarkan pada aplikasi *New PLN Mobile* adalah :

1. Pembelian token bagi pelanggan listrik Prabayar
2. Pembayaran tagihan listrik bagi pelanggan listrik Pacsa Bayar
3. Monitoring penggunaan listrik dan pembelian token
4. Pengajuan layanan perubahan daya
5. Swadaya catat meter (SWACAM)
6. Layanan pengaduan pelanggan
7. *ICONNECT* dan fitur lainnya (perbaikan listrik (ListrikQu), dan SPKLU



Gambar 1. 6 Tampilan Aplikasi PLN *Mobile*

Sumber : Screenshot Aplikasi PLN *Mobile* (2024)

Bekerjasama dengan seluruh Bank Nasional yang ada di Indonesia, aplikasi PLN *Mobile* hadir dalam memberikan kemudahan bertransaksi untuk 79 juta pelanggan PT. PLN (Persero). Aplikasi PLN *Mobile* diharapkan dapat menjadikan *platform* yang akan lebih dikenal oleh seluruh lapisan masyarakat terutama pelanggan PT. PLN (Persero). PT. PLN (Persero) pada era VUCA ini tentunya, terus berupaya melakukan *improvement* untuk mewujudkan tata nilai dari transformasi dan visi misi perusahaan agar semakin membaik kedepannya. Perusahaan pada pertengahan tahun 2021 terus melakukan perbaikan fitur salah satunya dengan meluncurkan fitur baru di PLN *Mobile* yaitu: penyambungan sementara, simulasi biaya, PLN *reward*, penyambungan baru, info stimulus, *stroom net*, Listriqu, SPKLU, dan *outage management*, materi presentasi PLN *Mobile* (2024)

Berdasarkan data yang dimiliki oleh PT PLN pada tahun 2021 ini ada sebanyak 37 ribu pelanggan yang sudah menggunakan aplikasi PLN *Mobile* ini dan jumlah ini meningkat sangat signifikan dibandingkan tahun sebelumnya

yang berjumlah 1.332 pengguna (PLN, 2021). Adanya *New PLN Mobile* ini diharapkan bisa menjadi media bagi para pelanggan PT PLN secara langsung dengan perusahaan tanpa melalui pihak lain. Mulai dari transaksi pembelian, pengaduan hingga pembayaran semuanya tersedia secara *online* pada aplikasi tersebut. PT PLN melakukan transformasi ini dengan harapan bahwa media ini dapat menjadi salah satu pintu masuknya proses percepatan *cash in* bagi korporasi, materi presentasi *PLN Mobile* (2024).

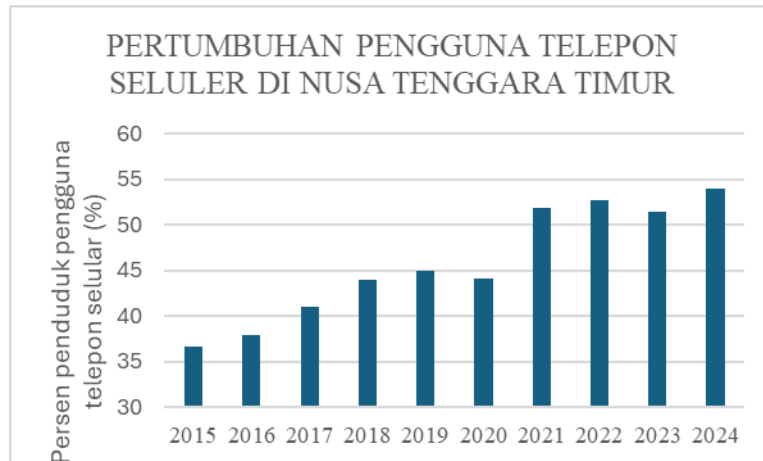
Penelitian ini akan dilakukan di Provinsi Nusa Tenggara Timur, karena berdasarkan data yang diperoleh bahwa saat ini jumlah pelanggan PLN Unit Induk Wilayah Nusa Tenggara Timur yang telah mendownload aplikasi *PLN Mobile* sebanyak 1.069.687 tetapi pengguna aktif aplikasi tercatat baru mencapai 203.541 pelanggan, terdapat selisih yang cukup signifikan sehingga penulis tertarik untuk meneliti sebenarnya apa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Untuk Menggunakan Aplikasi *PLN Mobile* Di Kalangan Generasi X, Y Dan Z Pada Pelanggan PLN Nusa Tenggara Timur, Data PLN (2024).

1.2. Latar Belakang Penelitian

Aplikasi *Mobile* saat ini telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat dengan tingkat mobilitas yang tinggi. Berbagai sektor industri terus berlomba-lomba untuk menciptakan aplikasi yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan dan hubungan dengan pelanggan yang nantinya dapat berdampak pada peningkatan pendapatan perusahaan. Pada tahun 2022, sekitar 80% penduduk Indonesia memiliki smartphone, dengan lebih dari 212 juta orang menggunakan internet melalui ponsel mereka. Indonesia menjadi pasar *Mobile* terbesar kelima di dunia dengan lebih dari 7,7 miliar unduhan aplikasi dan 179 miliar jam yang dihabiskan untuk penggunaan perangkat *Mobile*. Pengguna di Indonesia menghabiskan rata-rata lebih dari 5,7 jam per hari menggunakan perangkat *Mobile*.

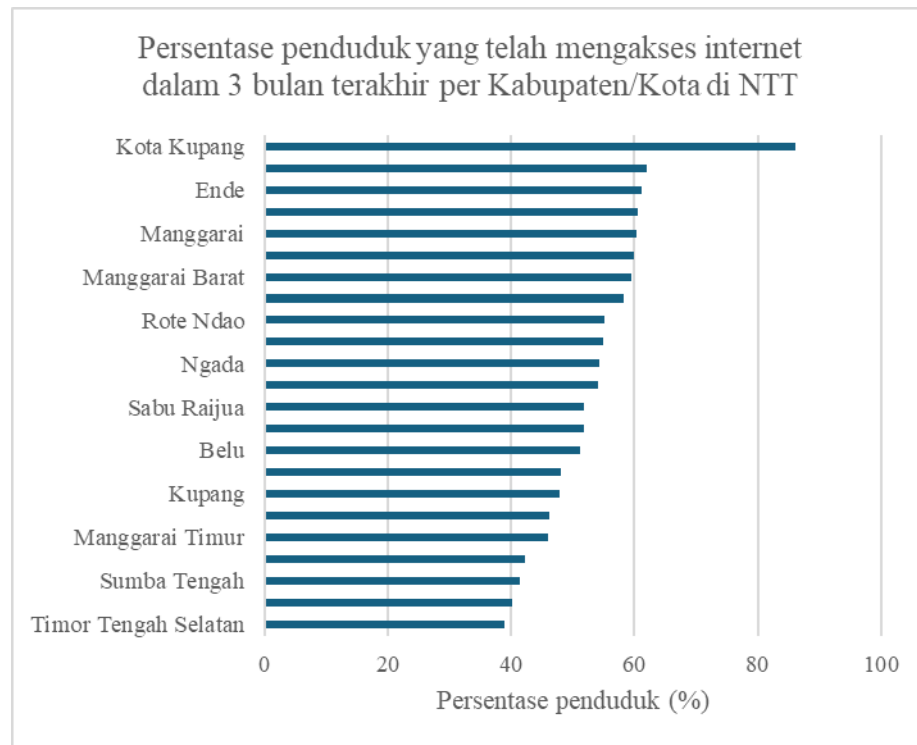
Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) wilayah Nusa Tenggara Timur, sampai dengan tahun 2024 tercatat 53,96% penduduknya telah memiliki

telepon seluler. Pertumbuhan pengguna telepon seluler di Nusa Tenggara Timur dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 1. 7 Pertumbuhan pengguna telepon seluler di NTT (Badan Pusat Statistik 2024)

Selain itu persentase penduduk yang telah mengakses internet dalam 3 bulan terakhir wilayah Nusa Tenggara Timur sebesar 54,84%. Berikut data persentase penduduk yang telah mengakses internet di wilayah Nusa Tenggara Timur sesuai dengan Gambar I.8.



Gambar 1. 8 Persentase penduduk yang telah mengakses internet (Badan Pusat Statistik 2024)

Sejalan dengan hal tersebut, Pemerintah melalui Kementerian Badan Usaha Milik Negara (BUMN) terus mendorong transformasi dalam perusahaan BUMN. Transformasi BUMN bisa ditinjau dari kacamata perbaikan citra dan transformasi reputasi terkait dengan profesionalisme, minimalisasi intervensi politik, peningkatan kinerja dan produktivitas (Lamsihar dan Huseini, 2019). Sejalan dengan hal tersebut PLN terus bergerak maju melalui transformasi PLN dengan tajuk “Power Beyond Generation” dimana dalam transformasi ini PLN mengusung 4 program yaitu green, lean, innovative, dan customer focused. Pada program customer focused, PLN berupaya untuk memberikan kepuasan terhadap pelanggan melalui kualitas dan layanan kelas dunia. Tidak berhenti disitu, pada tahun 2023 PLN kembali bertransformasi melalui program Transformation 2.0 yang akan merealisasikan visi PLN melalui “Moonshots” dengan fokus pada 4 pilar Growth Moonshots, Digital Moonshots, Net Zero Emission (NZE) Moonshots yang didukung oleh Moonshoot Launchpad sebagai enabler. Pada Pilar Digital Moonshots target yang ingin dicapai oleh PLN adalah memberikan

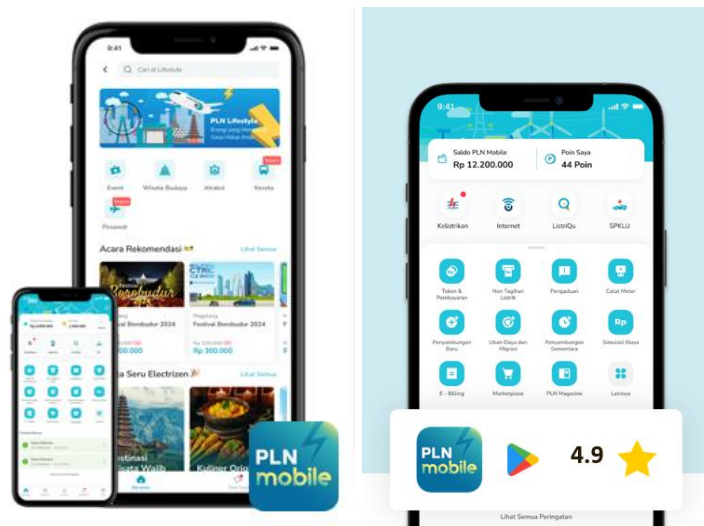
pengalaman pelanggan yang excellent serta memberikan keunggulan operasional salah satunya melalui Turbochange PLN *Mobile* dimana aplikasi PLN *Mobile* diharapkan dapat memenuhi aspek kebutuhan pelanggan dalam sisi aplikasi *Mobile*.

Melalui aplikasi PLN *Mobile*, PLN mampu memperoleh data pelanggan yang valid dan lebih cepat. Big Data pelanggan ini dapat menawarkan wawasan yang sangat berharga serta mampu menciptakan keunggulan kompetitif jika sumber daya teknologi dan organisasi mendukung (Morabito, 2015). Dengan adanya data tersebut, maka proses pengambilan kebijakan strategis perusahaan dapat dilakukan dengan lebih baik.

Aplikasi PLN *Mobile* merupakan salah satu sistem layanan konsumen dengan metode digital yang diperkenalkan pertama kali pada tanggal 31 Oktober 2016 dengan tujuan untuk dapat memberikan layanan yang lebih baik serta mampu menjangkau seluruh pelanggan dengan lebih luas. PLN *Mobile* adalah aplikasi resmi yang dikembangkan oleh PT PLN (Persero) untuk memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam mengakses berbagai layanan kelistrikan secara digital. Aplikasi ini mampu dijalankan oleh pelanggan dengan menggunakan smartphone baik itu berbasis Android dan juga iOS. Aplikasi ini dirancang untuk meningkatkan pengalaman pelanggan dengan fitur-fitur yang mendukung kebutuhan sehari-hari, seperti pembelian token listrik, pembayaran tagihan listrik pascabayar, pencatatan meter mandiri (Swacam), pengajuan pasang baru atau perubahan daya, serta layanan pengaduan keluhan dan gangguan listrik.

Sasaran utama dari aplikasi ini adalah pelanggan dengan tarif rumah tangga, dimana pelanggan dengan tarif rumah tangga di PLN mencapai 81,5 juta pelanggan atau lebih 90% dari total pelanggan PLN. PLN *Mobile* dihadirkan dengan tujuan memberikan seluruh layanan PLN dalam genggaman pelanggan. Pada aplikasi PLN *Mobile*, pelanggan dapat menikmati layanan PLN mulai dari laporan gangguan, keluhan, serta melakukan transaksi keuangan PLN seperti pembelian token, pembayaran tagihan Listrik serta tagihan nontaglis. PLN mencatat pertumbuhan masif pada aplikasi PLN *Mobile*, hingga kini aplikasi tersebut sudah memiliki lebih dari 43 juta pengguna dan memiliki rating 4.9 dari

skala 5 di Play Store dari 1,12 Juta pengulas. Tingginya rating dari pelanggan secara tidak langsung mencerminkan kepuasan pelanggan terhadap fungsi dan layanan dari aplikasi *PLN Mobile*.



Gambar 1. 9 Rating Aplikasi PLN Mobile

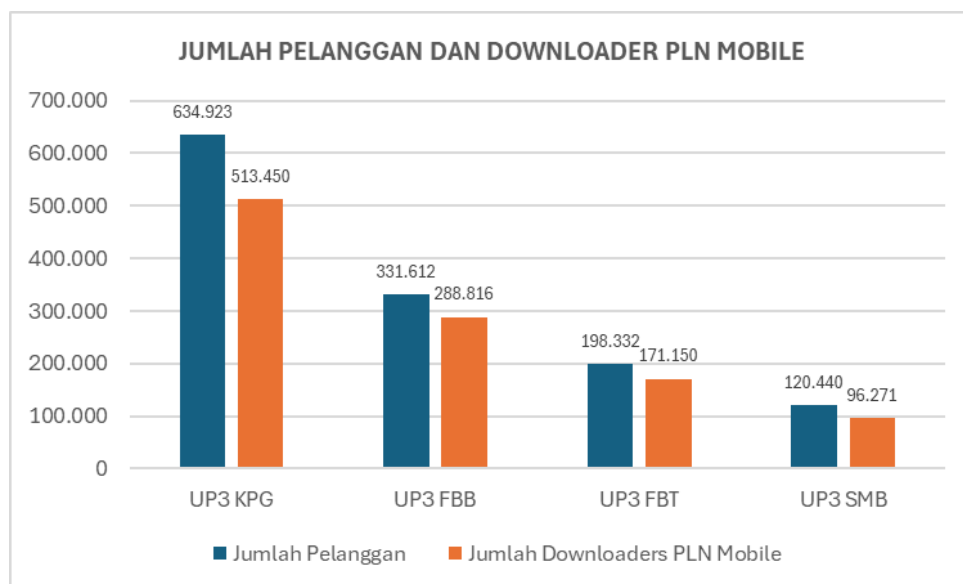
Sumber : Materi PPT PLN Icon Plus (2024)

Sampai dengan Bulan Desember 2024, jumlah user terdaftar pada aplikasi *PLN Mobile* sebesar 43 juta, namun hanya 23 juta pengguna aktif bulanan (monthly active user) yang menunjukkan adanya peluang untuk meningkatkan engagement. Tingginya angka pengguna *PLN Mobile*, tidak diikuti dengan tingginya pemanfaatan aplikasi tersebut oleh pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari rendahnya jumlah transaksi keuangan di aplikasi *PLN Mobile*. Transaksi keuangan di aplikasi *PLN Mobile* meliputi pembayaran biaya penyambungan, pembayaran rekening, pembelian token serta pembayaran tagihan lainnya.

Pengguna *PLN Mobile* sendiri terbagi menjadi dua kategori yaitu user terdaftar yaitu user yang melakukan registrasi pada aplikasi *PLN Mobile* serta user aktif yaitu user yang membuka dan menggunakan aplikasi *PLN Mobile* minimal satu kali dalam kurun waktu 30 hari terakhir. Sampai dengan Desember 2024, sebanyak 43 Juta dari total 81 Juta pelanggan rumah tangga di PLN telah terdaftar pada aplikasi *PLN Mobile* atau sebesar 52,73% namun jumlah user aktif

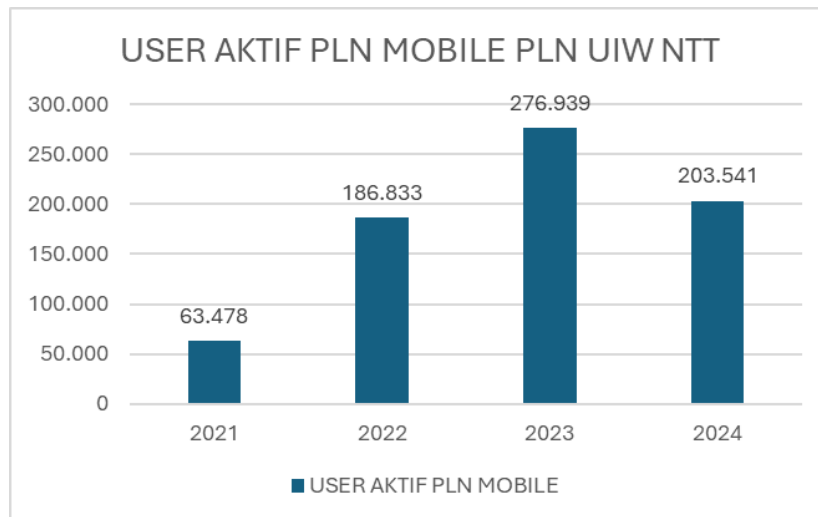
hanya sebesar 23 juta atau 53% dari jumlah downloader. Sejalan dengan hal tersebut, di wilayah NTT sebanyak 1 Juta dari total 1,2 Juta pelanggan rumah tangga di PLN telah terdaftar pada aplikasi PLN *Mobile* atau sebesar 83% namun jumlah user aktif hanya sebesar 276 ribu atau 26% dari jumlah downloader.

Jumlah pelanggan PT PLN Persero UIW NTT sebanyak 1.285.307 pelanggan, kemudian downloader aplikasi PLN *Mobile* sebanyak 1.069.687 ID pelanggan. Dari data jumlah pelanggan dan data downloader aplikasi PLN *Mobile* diperoleh sebanyak 203.541 user aktif, sehingga masih terdapat selisih yang cukup signifikan antara jumlah user aktif dengan jumlah downloader aplikasi PLN *Mobile*.



Gambar 1. 10 Data *Downloader PLN Mobile* di NTT

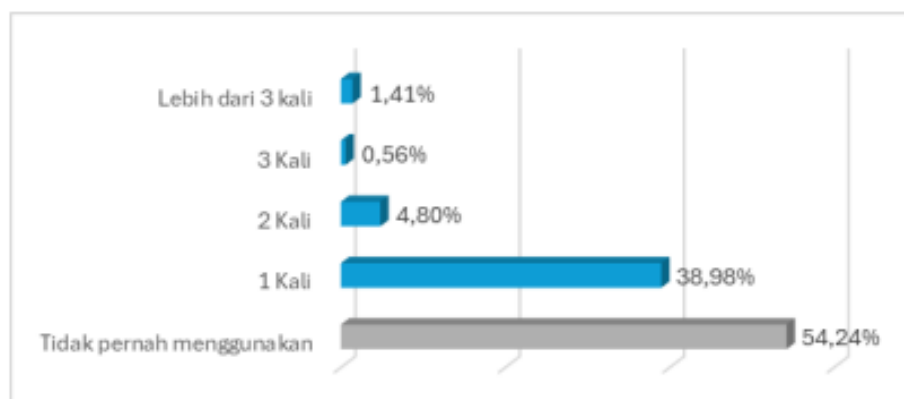
Sumber : Aplikasi VCC (*Virtual Comand Center*) PLN (2024)



Gambar 1. 11 Data User Aktif PLN Mobile di NTT

Sumber : Materi PPT Penambahan Fitur PLN Mobile (2024)

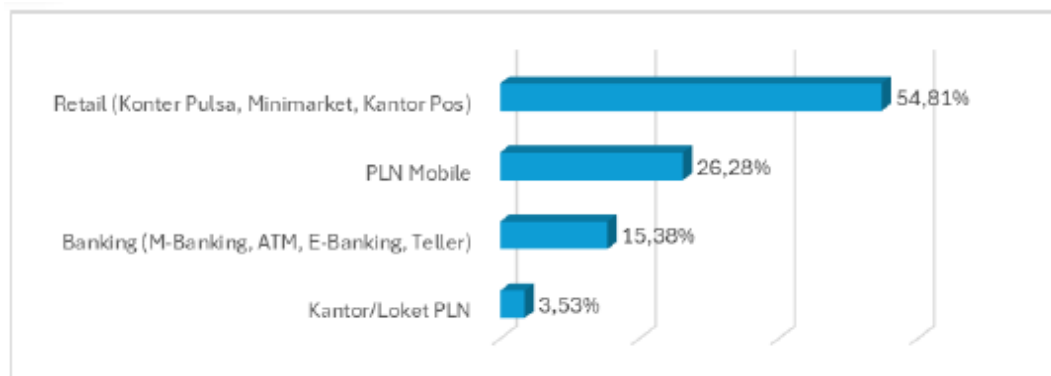
Dari data diatas, dapat dilihat bahwa masih sebagian besar pelanggan belum memaksimalkan penggunaan aplikasi PLN Mobile untuk layanan kelistrikannya, sehingga sejak tahun 2024 jumlah transaksi keuangan PLN Mobile menjadi salah satu Key Performance Indicator (KPI) yang harus dicapai oleh Unit PLN. Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil survei kepuasan pelanggan yang dilakukan setiap tahun, dapat diperoleh bahwa frekuensi responden dalam melakukan transaksi atau mengakses layanan PLN Mobile mayoritas tidak pernah menggunakan. Data tersebut relevan dengan jumlah downloader/ pengguna PLN Mobile cukup besar namun pengguna aktif nya yang masih sedikit.



Gambar 1. 12 Frekuensi Responden akses layanan PLN

Sumber : Hasil Survei Kepuasan Pelanggan Surveyor Indonesia (2024)

Berdasarkan hasil survei kepuasan pelanggan yang dilakukan kepada responden pada tahun 2024, diperoleh data bahwa mayoritas media pembelian token dan pembayaran rekening Listrik masih di dominasi oleh Retail (konter pulsa, minimarket, kantor pos) sebesar 54,81% kemudian yang mengkasas pembelian token dan pembayaran rekening listrik sebesar 26,28%.



Gambar 1. 13 Data Media Pembelian Token & Pembayaran Rekening Listrik

Sumber : Hasil Survei Kepuasan Pelanggan Surveyor Indonesia (2024)

PLN *Mobile* merupakan aplikasi berbasis perangkat seluler yang telah terintegrasi dengan sistem Aplikasi Pengaduan dan Keluhan Terpadu (APKT) serta Aplikasi Pelayanan Pelanggan Terpusat (AP2T) milik PLN. Aplikasi ini dikembangkan sebagai upaya modernisasi layanan kepada pelanggan, menggantikan atau melengkapi layanan sebelumnya seperti *Contact Center* PLN 123, media sosial (seperti Facebook dan Twitter), serta situs web resmi PLN. Melalui PLN *Mobile*, pelanggan dapat mengakses berbagai layanan dan informasi serta berinteraksi langsung dengan PLN terkait hal-hal ketenagalistrikan (Muryono, 2022). Aplikasi ini tersedia untuk diunduh melalui platform Google Play Store dan App Store, dan dapat digunakan oleh semua pelanggan.

Penelitian ini didasari oleh penggunaan *Technology Acceptance Model* (TAM), yang diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1989. Model ini dianggap sebagai pendekatan paling relevan dalam menjelaskan perilaku penerimaan terhadap teknologi, terutama dalam konteks adopsi teknologi digital (Kamal et al.,

2020 dalam Widowati dan Khusaeni, 2022). TAM bertujuan untuk mengidentifikasi dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang dalam menerima teknologi komputer. Dalam model ini, dua faktor utama—yakni persepsi terhadap kegunaan dan kemudahan penggunaan teknologi—menentukan keputusan pengguna dalam menerima dan menggunakan sistem baru (Setianingrum, 2023).

Berdasarkan penelitian terdahulu maka untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi niat penggunaan PLN *Mobile* di kalangan Generasi X, Y dan Z di Nusa Tenggara Timur dengan menggunakan pendekatan Model Penerimaan Teknologi yang diperluas (TAM) 2. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh simultan dari berbagai faktor seperti kegunaan yang dirasakan, pengaruh sosial, daya tarik alternatif, kepercayaan yang dirasakan, keamanan yang dirasakan, dan nilai yang dirasakan terhadap niat pengguna untuk mengadopsi PLN *Mobile*.

Dalam penelitian ini, teori perilaku konsumen dihubungkan dengan kerangka TAM untuk menjelaskan pola perilaku pengguna. Perilaku konsumen dibedakan menjadi dua kategori, yaitu konvensional/manual dan berbasis teknologi. Fokus penelitian terletak pada perilaku konsumen berbasis teknologi, di mana TAM digunakan sebagai acuan untuk menjelaskan dan memprediksi sejauh mana pengguna bersedia mengadopsi sistem informasi yang ditawarkan.

Pengelompokan generasi merujuk pada pembagian kelompok masyarakat berdasarkan tahun kelahiran yang diyakini mengalami pengalaman sosial, ekonomi, teknologi, dan budaya yang serupa dalam masa perkembangannya, Strauss, W., & Howe, N. (1991).

Pembagian Generasi (menurut Pew Research Center dan Strauss & Howe):

Generasi	Tahun Lahir	Usia (per 2025)	Karakteristik Umum
Baby Boomers	1946 – 1964	61 – 79 tahun	Loyal terhadap pekerjaan, konservatif
Generasi X	1965 – 1980	45 – 60 tahun	Mandiri, skeptis, adaptif
Generasi Y / Milenial	1981 – 1996	29 – 44 tahun	Melek digital, menyukai fleksibilitas
Generasi Z	1997 – 2012	13 – 28 tahun	Digital native, kreatif, peduli isu sosial
Generasi Alpha	2013 – sekarang	≤ 12 tahun	Tumbuh dengan teknologi canggih

Gambar 1. 14 Pembagian Generasi Strauss, W., & Howe, N. (1991)

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang disajikan dalam bentuk tesis dengan judul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Untuk Menggunakan Aplikasi Pln *Mobile* Di Kalangan Generasi X, Y Dan Z: Studi Pada Pelanggan PLN Nusa Tenggara Timur”**.

1.3. Perumusan Masalah

Aplikasi PLN *Mobile* telah dihadirkan oleh PLN dalam upaya untuk meningkatkan pelayanan kepada Masyarakat, namun sampai saat ini pemanfaatan aplikasi PLN *Mobile* masih tergolong rendah. Dengan rincian data yaitu jumlah pelanggan PLN unit Induk Wilayah Nusa Tenggara Timur sebanyak 1.285.307 pelanggan, kemudian yang sudah mendownload aplikasi PLN *Mobile* sebanyak 1.069.687 pelanggan sedangkan user aktif PLN *Mobile* sebanyak 203.541 pelanggan per 31 Desember 2024. Dalam penelitian ini diduga ada faktor-faktor yang mempengaruhi niat masyarakat untuk menggunakan aplikasi PLN *Mobile*.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya sehingga Perumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi niat pelanggan untuk menggunakan aplikasi PLN *Mobile*?
2. Apakah *Perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Perceived usefulness*, dimoderasi oleh Usia?

3. Apakah *Perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Social influences*, dimoderasi oleh Usia?
4. Apakah *Perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to use*, dimoderasi oleh Usia?
5. Apakah *Perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Perceived value*, dimoderasi oleh Usia?
6. Apakah *Perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to use*, dimoderasi oleh Usia?
7. Apakah *Perceived value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to use*, dimoderasi oleh Usia?
8. Apakah *Social influences* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to use*, dimoderasi oleh Usia?
9. Apakah *Social influences* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Perceived Trust*, dimoderasi oleh Usia?
10. Apakah *Attractiveness of alternative* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to use*, dimoderasi oleh Usia?
11. Apakah *Perceived trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to use*, dimoderasi oleh Usia?
12. Apakah *Perceived security* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to use*, dimoderasi oleh Usia?
13. Apakah *Perceived security* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Attractiveness of alternative*, dimoderasi oleh Usia?

1.4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Untuk Menggunakan Aplikasi PLN *Mobile* Di Kalangan Generasi X, Y Dan Z, khusus nya di wilayah kerja PLN Unit Induk Wilayah Nusa Tenggara Timur dengan mempertimbangkan peran moderasi berdasarkan kelompok Usia. Berdasarkan rumusan masalah yang telah diidentifikasi, tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi niat pelanggan untuk menggunakan aplikasi PLN *Mobile*?
2. Mengetahui apakah *Perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Perceived usefulness*, dimoderasi oleh Usia?
3. Mengetahui apakah *Perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Social influences*, dimoderasi oleh Usia?
4. Mengetahui apakah *Perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to use*, dimoderasi oleh Usia ?
5. Mengetahui apakah *Perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Perceived value*, dimoderasi oleh Usia?
6. Mengetahui apakah *Perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to use*, dimoderasi oleh Usia?
7. Mengetahui apakah *Perceived value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to use*, dimoderasi oleh Usia?
8. Mengetahui apakah *Social influences* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to use*, dimoderasi oleh Usia?
9. Mengetahui apakah *Social influences* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Perceived Trust*, dimoderasi oleh Usia?
10. Mengetahui apakah *Attractiveness of alternative* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to use*, dimoderasi oleh Usia?
11. Mengetahui apakah *Perceived trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to use*, dimoderasi oleh Usia?
12. Mengetahui apakah *Perceived security* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to use*, dimoderasi oleh Usia?
13. Mengetahui apakah *Perceived security* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Attractiveness of alternative*, dimoderasi oleh Usia?

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi PLN dalam mengevaluasi digital marketing dan mengetahui factor-faktor seperti *Attractiveness of alternative* (Ketertarikan terhadap alternatif), *Perceived ease of use* (Kemudahan penggunaan yang dirasakan), *Perceived usefulness* (Kegunaan yang dirasakan), *Perceived security* (Keamanan yang dirasakan), *Perceived Trust* (Kepercayaan yang dirasakan), *Social influences* (Pengaruh sosial), *Perceived value* (Nilai yang dirasakan) dapat mempengaruhi *Intention to Use* dalam meningkatkan transaksi PLN *Mobile*.
2. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi PLN dalam penyusunan strategi *marketing* dan pengembangan aplikasi PLN *Mobile* di masa mendatang.

1.5.2. Manfaat Akademis

Manfaat yang didapatkan bagi Akademis adalah sebagai berikut.

1. Hasil penelitian ini dapat menambah literatur dan mengisi kesenjangan penelitian yang berkaitan dengan *Intention to Use* terhadap transaksi keuangan aplikasi PLN *Mobile* yang belum ditemukan pada penelitian terdahulu.
2. Hasil penelitian ini dapat memiliki nilai yang dalam memverifikasi penerapan dari model *Technology Acceptance Model* (TAM) khususnya khususnya pada penelitian terkait dengan *Intention to Use* terhadap transaksi aplikasi PLN *Mobile*.

1.6. Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Berisi tentang sistematika dan penjelasan ringkas laporan penelitian yang terdiri dari Bab I sampai Bab V dalam laporan penelitian.

a. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menyajikan gambaran umum yang ringkas namun menyeluruh mengenai penelitian yang dilakukan. Di dalamnya terdapat uraian mengenai: Gambaran Umum Objek penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan

Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan Tugas Akhir.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memaparkan teori-teori yang relevan, dimulai dari teori yang bersifat umum hingga yang lebih spesifik, serta menyertakan hasil-hasil penelitian sebelumnya. Bagian ini juga membangun kerangka pemikiran yang mendasari penelitian dan, jika diperlukan, mencantumkan hipotesis.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan secara rinci metode dan pendekatan yang digunakan dalam proses penelitian. Bab ini meliputi uraian tentang: Jenis Penelitian, Operasionalisasi Variabel, Populasi dan Sampel (untuk kuantitatif) / Situasi Sosial (untuk kualitatif), Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Reliabilitas, serta Teknik Analisa Data.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil temuan dari penelitian dan disertai dengan pembahasannya. Penyajiannya mengikuti struktur yang sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian. Hasil ditampilkan terlebih dahulu, kemudian dianalisis secara mendalam. Setiap hasil analisis diinterpretasikan dan dikaitkan dengan teori maupun hasil penelitian sebelumnya guna memperkuat argumen.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab terakhir ini memuat simpulan yang merupakan jawaban atas rumusan masalah penelitian. Selanjutnya, diberikan saran yang berkaitan dengan implikasi praktis dari hasil penelitian tersebut.