

**INOVASI SWACAM UNTUK MENGUKUR DAMPAK PENGALAMAN
PELANGGAN, KUALITAS LAYANAN DAN FITUR TEKNOLOGI
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MELALUI KEPERCAYAAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI.**

TESIS

**Diajukan untuk Melengkapi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Magister Terapan**

**Oleh :
FIRANI DIAN UTAMI GUMAI
NPM 062350643249**



**PROGRAM MAGISTER TERAPAN
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
PALEMBANG
2025**

**INOVASI SWACAM UNTUK MENGUKUR DAMPAK PENGALAMAN
PELANGGAN, KUALITAS LAYANAN DAN FITUR TEKNOLOGI
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MELALUI KEPERCAYAAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI.**

TESIS

**Diajukan untuk Melengkapi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Magister Terapan**

**Oleh :
FIRANI DIAN UTAMI GUMAI
NPM 062350643249**



**PROGRAM MAGISTER TERAPAN
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
PALEMBANG
2025**

HALAMAN PENGESAHAN

INOVASI SWACAM UNTUK MENGUKUR DAMPAK PENGALAMAN PELANGGAN, KUALITAS LAYANAN DAN FITUR TEKNOLOGI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MELALUI KEPERCAYAAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI.

TESIS

Diajukan untuk Melengkapi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Magister Terapan

Oleh :

FIRANI DIAN UTAMI GUMAI
NPM. 062350643249

Pembimbing I

Palembang, 31 Juli 2025
Pembimbing II



Dr. Dewi Fadila, S.E., M.M, CPMA
NIP 197504212001122001



Dr. Sari Lestari Zainal Ridho, S.E., M. Ec., CHE
NIP 197705212006042001

Mengetahui,
Ketua Program Studi Pemasaran, Inovasi dan Teknologi
Program Magister Terapan



Dr. Dewi Fadila, S.E., M.M, CPMA
NIP 197504212001122001

ABSTRACT

This study aims to measure the impact of customer experience, service quality, and technological features on customer satisfaction through customer trust as a mediating variable in the SwaCAM innovation at PT PLN (Persero). SwaCAM is a self-meter reading feature in the PLN Mobile application aimed at improving the efficiency, transparency, and quality of electricity services. The quantitative research method was employed with data collection via online questionnaires distributed to 100 active customers in the ULP Rivai area. Data analysis was conducted using Structural Equation Modeling Partial Least Square (SEM-PLS) to test the relationships between variables. The results indicate that technological features significantly affect customer trust, and customer trust significantly influences customer satisfaction. However, customer experience and service quality do not directly significantly affect trust nor satisfaction. Customer trust serves as a partial mediating variable in the relationships. These findings underscore the importance of technological innovation and building customer trust to enhance satisfaction with digital services in the electricity sector. Recommendations include developing more user-friendly features and improving service quality to strengthen trust and customer satisfaction.

Keywords: SwaCAM, Customer Experience, Service Quality, Technological Features, Customer Trust, Customer Satisfaction.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur dampak pengalaman pelanggan, kualitas layanan, dan fitur teknologi terhadap kepuasan pelanggan melalui kepercayaan pelanggan sebagai variabel mediasi pada inovasi SwaCAM di PT PLN (Persero). SwaCAM adalah fitur pencatatan meter mandiri dalam aplikasi PLN Mobile yang bertujuan meningkatkan efisiensi, transparansi, dan kualitas layanan kelistrikan. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner online kepada 100 responden pelanggan aktif di wilayah ULP Rivai. Analisis data dilakukan menggunakan Structural Equation Modeling Partial Least Square (SEM-PLS) untuk menguji hubungan antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fitur teknologi berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pelanggan, dan kepercayaan pelanggan secara signifikan memengaruhi kepuasan pelanggan. Namun, pengalaman pelanggan dan kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap kepercayaan maupun kepuasan pelanggan. Kepercayaan pelanggan berperan sebagai variabel mediasi parsial dalam hubungan antar variabel. Temuan ini menegaskan pentingnya inovasi teknologi dan pembangunan kepercayaan pelanggan dalam meningkatkan kepuasan layanan digital di sektor kelistrikan. Saran diberikan untuk pengembangan fitur yang lebih user-friendly dan peningkatan kualitas layanan guna memperkuat hubungan kepercayaan dan kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : SwaCAM, Pengalaman Pelanggan, Kualitas Layanan, Fitur Teknologi, Kepercayaan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan.

KATA PENGANTAR

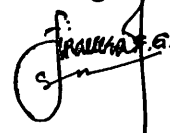
Bismillahirrohmanirrohim

Alhamdulillah, puji syukur bagi Allah SWT atas limpahan rahmat, karunia dan nikmat-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan tesis ini meskipun masih jauh dari kata sempurna dan istimewa. Nikmat yang luar biasa ini mendidik penulis untuk senantiasa bersyukur dan berusaha untuk terus belajar memperbaiki diri. Shalawat dan salam yang agung senantiasa tersampaikan untuk Baginda Muhammad SAW beserta Keluarga, Sahabat, Tabii'in, Ulama dan Pengikutnya hingga akhir zaman.

Hanya kalimat *Alhamdulillah* yang bisa penulis sampaikan atas selesainya penyusunan tesis ini. Tesis yang berjudul ***“Inovasi SwaCAM untuk Mengukur Dampak Pengalaman Pelanggan, Kualitas Layanan dan Fitur Teknologi terhadap Kepuasan Kepuasan Pelanggan melalui Kepercayaan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi”*** yang jauh dari kata sempurna ini, penulis persembahkan untuk memperoleh gelar sarjana Strata-2 (S2) pada Program Studi Pemasaran, Inovasi dan Teknologi, Politeknik Negeri Sriwijaya (POLSRI) Tahun 2024. Dalam penyusunan tesis ini tentunya terdapat banyak sekali sumbangsih orang-orang hebat yang selalu mendukung dan mengingatkan serta menemani disaat proses pembuatan sampai dengan tesis ini selesai. Penulis menyadari bahwa penulisan tesis ini masih sangat jauh dari kata sempurna, sehingga masih perlu saran dan kritik yang bersifat membangun dalam menyempurnakan tulisan ini. Semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih setulus-tulusnya kepada semua orang yang telah membantu penulis terutama orang tua, saudara, keluarga, sahabat, rekan kerja, teman satu kampus dan tentunya dosen pembimbing serta pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Palembang, 31 Juli 2025



FIRANI DIAN UTAMI GUMAI

DAFTAR ISI

SAMPUL DEPAN	1
SAMPUL DALAM	2
HALAMAN PENGESAHAN.....	3
HALAMAN PERSETUJUAN KOMISI PENGUJI.....	4
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	5
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	6
ABSTRACT	7
ABSTRAK.....	8
KATA PENGANTAR.....	9
RIWAYAT HIDUP	10
DAFTAR ISI.....	11
DAFTAR TABEL	14
DAFTAR GAMBAR	15
DAFTAR LAMPIRAN	16
DAFTAR ISTILAH DAN SINGKATAN	17
BAB I PENDAHULUAN.....	19
1.1 Latar Belakang.....	19
1.2 Perumusan Masalah	37
1.3 Tujuan Penelitian	37
1.4 Manfaat Penelitian	38
1.5 Kerangka Pikir Penelitian.....	39
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	44
2.1 CRM (<i>Customer Relationship Management</i>)	44
2.1.1 Definisi CRM.....	44
2.1.2 Tujuan CRM	44
2.1.3 Elemen CRM.....	45
2.1.4 Komponen CRM	45
2.1.5 Mengaplikasikan CRM.....	48
2.2 Kepercayaan Pelanggan	48
2.3 Kepuasan Pelanggan	50
2.4 Pengalaman Pelanggan.....	53

2.5	Kualitas Layanan	54
2.6	Fitur Teknologi	55
2.7	Indikator Hubungan antar variabel penelitian.....	57
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	66
3.1	Tempat dan Waktu.....	66
3.2	Instrumen Penelitian.....	66
3.3	Variabel Penelitian	69
3.4	Populasi dan Sampel	74
3.5	Pengelolaan dan Analisis Data.....	76
3.5.1	Analisis Jalur (<i>Part Analysis</i>).....	76
3.5.2	Statistik Deskriptif.....	78
3.5.3	PLS-SEM.....	82
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	88
4.1	Gambaran Umum Responden.....	88
4.1.1	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	88
4.1.2	Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	89
4.1.3	Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir	89
4.1.4	Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan	90
4.2	Hasil Penelitian	91
4.2.1	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	91
4.2.1.1	Pengujian Validitas Konvergen.....	91
4.2.1.2	Menguji Realibilitas Konstruksi	95
4.2.2	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	98
4.2.2.1	<i>Goodness of Fit</i>	99
4.2.2.2	Koefisien Determinasi	99
4.2.2.3	Pengujian Hipotesis	100
4.2.2.4	Pengujian Variabel Mediasi (VAF)	104
4.3	Analisis Hasil Penelitian.....	105
4.3.1	Pengaruh Pengalaman Pelanggan terhadap Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan	105
4.3.2	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan.....	106

4.3.3	Pengaruh Fitur Teknologi terhadap Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan.....	106
4.3.4	Peran Mediasi Kepercayaan Pelanggan	107
4.3.5	Implikasi Temuan.....	107
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	108
5.1	Kesimpulan.....	108
5.1	Saran	109
DAFTAR PUSTAKA.....		110

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Perbandingan Penelitian Lama dan Penelitian Baru	32
Tabel 2 Variabel Penelitian.....	72
Tabel 3 Jenis Data yang dikumpulkan.....	74
Tabel 4 Responden berdasarkan Jenis Kelamin	88
Tabel 5 Responden berdasarkan Usia.....	89
Tabel 6 Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir	89
Tabel 7 Responden berdasarkan Pekerjaan.....	90
Tabel 8 Hasil pengujian Validitas Konvergen.....	91
Tabel 9 Hasil pengujian <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	94
Tabel 10 Hasil pengujian Realibilitas Konstruk (<i>Construct Realibility</i>)	96
Tabel 11 Hubungan antar variabel	98
Tabel 12 Hasil <i>Goodness of Fit</i>	99
Tabel 13 Nilai Koefisien Determinasi	99
Tabel 14 Pengujian Hipotesis	101
Tabel 15 Hasil Pengaruh langsung, pengaruh tidak langsung & pengaruh total.....	103

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Pengguna Internet di Indonesia.....	20
Gambar 2	Terobosan PLN	20
Gambar 3	Kondisi Lapangan	21
Gambar 4	Landasan Kerja Baca Meter Mandiri	22
Gambar 5	Sekilas SwaCAM	22
Gambar 6	Langkah Mudah SwaCAM.....	24
Gambar 7	Notif SwaCAM pada PLN Mobile	24
Gambar 8	Sosialisasi SwaCAM melalui Sosial Media Cetak & Elektronik	27
Gambar 9	Hubungan antar Variabel dalam Penelitian	40
Gambar 10	Elemen CRM	45
Gambar 11	Komponen CRM	45
Gambar 12	Elemen Kunci CRM	47
Gambar 13	Digital CRM.....	47
Gambar 14	Mengaplikasikan CRM.....	48
Gambar 15	Realisasi SwaCAM per bulan	74
Gambar 16	Responden berdasarkan Jenis Kelamin	88
Gambar 17	Responden berdasarkan Rentang Usia.....	89
Gambar 18	Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir	90
Gambar 19	Responden berdasarkan Pekerjaan	90
Gambar 20	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	97
Gambar 21	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	100

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kesepakatan Bimbingan Tesis (Pembimbing 1).....	116
Lampiran 2. Kesepakatan Bimbingan Tesis (Pembimbing 2).....	117
Lampiran 3. Lembar Bimbingan Tesis (Pembimbing 1).....	118
Lampiran 4. Lembar Bimbingan Tesis (Pembimbing 2).....	120
Lampiran 5. Surat Izin Pengambilan Data Penelitian.....	122
Lampiran 6. Halaman Pengesahan Proposal Tesis	123
Lampiran 7. Rekomendasi Seminar Proposal Tesis	124
Lampiran 8. Surat Jawaban Izin Pengambilan Data Penelitian.....	125
Lampiran 9. Kuesioner Penelitian	126
Lampiran 10. Interpretasi Hasil Data Penelitian.....	139
Lampiran 11. Rekomendasi Ujian Tesis	147
Lampiran 12. Haki Blog SwaCAM_Catat Meter Listrik Mandiri.....	148
Lampiran 13. Foto Pelaksanaan Seminar Proposal	149
Lampiran 14. Foto Pelaksanaan Ujian Kompre	150

DAFTAR ISTILAH DAN SINGKATAN

<i>AVE (Average Variance Extracted)</i>	:	Ukuran validitas konvergen dalam analisis konstruk, menunjukkan proporsi varians indikator yang dapat dijelaskan oleh konstruk laten.
<i>Cronbach's Alpha</i>	:	Koefisien reliabilitas yang menunjukkan konsistensi internal suatu instrumen atau skala pengukuran.
<i>Customer Experience</i> (Pengalaman Pelanggan)	:	Interaksi keseluruhan pelanggan dengan layanan atau produk yang mempengaruhi persepsi dan kepuasan pelanggan itu sendiri.
<i>Customer Retention</i>	:	Kemampuan perusahaan dalam mempertahankan pelanggan agar tetap setia menggunakan produk atau layanan.
<i>E-Service</i>	:	Layanan berbasis elektronik atau digital yang disediakan PLN untuk pelanggan, contohnya aplikasi PLN Mobile.
Fitur Teknologi (X ₃)	:	Fungsi dan kualitas teknologi yang digunakan dalam layanan digital, seperti fitur pada aplikasi SwaCAM di PLN Mobile.
kWh Meter	:	Alat pengukur konsumsi listrik dalam kilowatt-hour yang digunakan dalam rumah tangga atau bisnis.
Kepercayaan Pelanggan (Y)	:	Keyakinan pelanggan terhadap keamanan, keandalan, dan transparansi suatu layanan atau produk.
Kepuasan Pelanggan (Z)	:	Tingkat kepuasan atau rasa senang pelanggan terhadap produk atau layanan yang diterima.
Konstruk	:	Konsep yang dapat diamati dan di ukur.
Kualitas Layanan (X ₂)	:	Sejauh mana layanan yang diberikan memenuhi atau melampaui ekspektasi pelanggan.
Laten	:	Tersembunyi
<i>Loading Factor</i>	:	Nilai yang menunjukkan seberapa baik indikator berkontribusi dalam mengukur konstruk laten pada analisis faktor.
<i>Platform</i>	:	Sekelompok teknologi yang digunakan sebagai dasar

		dimana aplikasi, proses, atau teknologi lain dikembangkan
PLN	:	Perusahaan Listrik Negara
PLS-SEM (<i>Partial Least Square Structural Equation Modeling</i>)	:	Metode analisis statistik yang digunakan untuk menguji hubungan antar variabel laten dengan sample yang relatif kecil.
R ² (<i>Koefisien Determinasi</i>)	:	Ukuran statistik yang menunjukkan proporsi varians variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model.
SmartPLS (<i>Smart Partial Least Square</i>)	:	Sebuah perangkat lunak yang digunakan untuk analisis statistik multivariat dengan metode <i>Partial Least Square</i> (PLS), khususnya untuk model persamaan struktural (<i>Structural Equation Modeling/SEM</i>) berbasis varian.
SEM (<i>Structural Equation Modeling</i>)	:	Metode analisis statistik yang digunakan untuk menguji hubungan struktural antara variabel laten dalam penelitian.
SwaCAM	:	Fitur pencatatan meter mandiri dalam aplikasi PLN Mobile yang memudahkan pelanggan mencatat sendiri konsumsi listrik.
Validitas	:	Tingkat keakuratan instrumen pengukuran untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.
Variabel Endogen	:	Variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (eksogen)
Variabel Eksogen	:	Variabel yang mempengaruhi variabel lain
Validitas Konvergen	:	Ketika dua pertanyaan serupa mengungkapkan hasil yang sama