

PENGARUH *PERFORMANCE EXPECTANCY*, *EFFORT EXPECTANCY*, *HEDONIC MOTIVATION* DAN *HABIT* TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* PENGGUNAAN PLN MOBILE PADA GENERASI Z DI WILAYAH SOLO RAYA

Shofi Nurbaiti; Dhiyan Septa Wihara²; Ratih Amelia³; Hafid Kholidi Hadi⁴
Program Studi Bisnis Digital, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri
Surabaya, Indonesia^{1,2}

Email : shofi.23213@mhs.unesa.ac.id¹; dhiyanwihara@unesa.ac.id²;
ratihamelia@unesa.ac.id³; hafidhadi@unesa.ac.id⁴

ABSTRAK

PLN terus mengembangkan layanan digital melalui aplikasi PLN Mobile untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan. Keberhasilan transformasi digital tersebut dipengaruhi oleh niat pengguna untuk terus memanfaatkan aplikasi. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Hedonic Motivation*, dan *Habit* terhadap *Behavioral Intention* penggunaan PLN Mobile pada Generasi Z di Solo Raya. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 150 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring dengan skala Likert 5 poin dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, dan *Habit* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention*, sedangkan *Hedonic Motivation* tidak berpengaruh signifikan. Variabel *Habit* menjadi prediktor paling dominan, sementara model penelitian mampu menjelaskan 47,9% variasi *Behavioral Intention*. Temuan ini menunjukkan bahwa manfaat, kemudahan penggunaan, dan kebiasaan merupakan faktor utama yang mendorong keberlanjutan penggunaan PLN Mobile oleh Generasi Z, sedangkan unsur kesenangan belum menjadi pertimbangan utama pada aplikasi layanan kelistrikan.

Kata Kunci : PLN Mobile; UTAUT2; Behavioral Intention

ABSTRACT

PLN continues to enhance its digital services through the PLN Mobile application to improve customer service quality. The success of this digital transformation depends on users' intention to continue using the application. This study aims to examine the effects of Performance Expectancy, Effort Expectancy, Hedonic Motivation, and Habit on the Behavioral Intention to use PLN Mobile among Generation Z in the Solo Raya region. A quantitative survey approach was employed involving 150 respondents selected through purposive sampling. Data were collected using an online questionnaire with a five-point Likert scale and analyzed using multiple linear regression with SPSS. The results indicate that Performance Expectancy, Effort Expectancy, and Habit have positive and significant effects on Behavioral Intention, whereas Hedonic Motivation has no significant effect. Habit emerged as the strongest predictor, while the proposed model explained 47.9% of the variance in Behavioral Intention. These findings suggest that perceived usefulness, ease of use, and habitual behavior are the primary drivers of continued PLN Mobile usage among Generation Z, whereas enjoyment is not a major consideration in the context of an electricity service application.

Keywords : PLN Mobile; UTAUT2; Behavioral Intention

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong transformasi digital di berbagai sektor, termasuk pelayanan publik. PT PLN (Persero) sebagai perusahaan penyedia tenaga listrik di Indonesia juga melakukan transformasi digital melalui aplikasi PLN Mobile, yang menyediakan berbagai layanan kelistrikan dalam satu platform mulai dari pembelian token, pembayaran tagihan, pengajuan pasang baru dan tambah daya, hingga pengaduan gangguan. Perjalanan adopsi PLN Mobile sendiri cukup menarik untuk dicermati. Saat pertama diluncurkan tahun 2019, aplikasi ini hanya diunduh oleh 500 ribu pengguna, dan tidak lama setelah itu 400 ribu di antaranya langsung uninstall, dengan rating hanya 2,5 dari skala 5 (Azhar, 2023). Keluhan utamanya ada pada fitur aduan pelanggan: meski sudah berbasis aplikasi, pelanggan tetap diarahkan secara manual ke layanan telepon, dan respons gangguan listrik bisa memakan waktu 2–3 jam (Azhar, 2023). Setelah serangkaian perbaikan, performa aplikasi ini melonjak jauh: hingga Desember 2024, jumlah penggunanya mencapai 52.480.387, naik dari 47.026.369 pada Desember 2023 (Ibrahim, 2025), dengan rating di Playstore yang stabil di angka 4,9 (Ibrahim, 2025). Namun, banyaknya unduhan belum tentu mencerminkan pemanfaatan yang optimal. Dibandingkan dengan total pelanggan PLN yang mencapai sekitar 89,15 juta pada 2023 (Ahdiat, 2024), masih ada kemungkinan sebagian pelanggan belum benar-benar mengadopsi platform ini secara menyeluruh. Kesenjangan antara tingkat unduhan dan penggunaan aktif ini juga ditemukan dalam penelitian terbaru, yang melaporkan bahwa active usage PLN Mobile masih minim di tengah angka download yang tinggi (Susantyo, Yuldinawati, & Sugiat, 2026). Artinya, niat penggunaan (behavioral intention) terhadap PLN Mobile masih menjadi isu yang relevan untuk diteliti lebih jauh.

Salah satu model yang umum digunakan untuk memahami faktor-faktor pendorong niat penggunaan teknologi adalah UTAUT2 (Venkatesh, Thong, & Xu, 2012), yang mencakup Performance Expectancy, Effort Expectancy, Hedonic Motivation, dan Habit. Penelitian PLN Mobile dengan kerangka UTAUT/UTAUT2 sejauh ini sudah dilakukan di beberapa wilayah, seperti Surabaya (Paramita, Pratama, & Wulansari, 2022), Sulawesi Utara, Tengah, dan Gorontalo (Umar & Pasaribu, 2024), serta UP3 Flores Barat (Susantyo et al., 2026) dengan hasil yang cukup beragam. Paramita dkk. (2022) menemukan Performance Expectancy dan Effort Expectancy berpengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention; Umar dan Pasaribu (2024) menemukan Habit dan Hedonic Motivation termasuk di antara lima variabel yang signifikan; sementara Susantyo dkk. (2026) justru menemukan Hedonic Motivation tidak signifikan terhadap intention to use. Inkonsistensi ini semakin terasa kalau ditelaah dari sisi generasi pengguna. Studi UTAUT2 pada Generasi Z di aplikasi finansial digital lain pun menunjukkan pola yang berbeda-beda: pada e-wallet di Manado, Habit menjadi prediktor paling dominan,

diikuti Price Value, sedangkan Hedonic Motivation tetap signifikan tapi kontribusinya paling lemah (Modaso, Dalughu, & Wua, 2025). Sebaliknya, pada studi fintech syariah di Garut, Performance Expectancy, Effort Expectancy, Hedonic Motivation, dan Price Value justru tidak berpengaruh terhadap intention Generasi Z, hanya Social Influence dan Habit yang signifikan (Syakinah, 2024). Pada studi e-wallet nasional, Performance Expectancy, Effort Expectancy, Facilitating Conditions, dan Hedonic Motivation juga tidak signifikan di lingkungan digital yang sudah matang, sementara Habit tetap menjadi salah satu faktor signifikan (Meiranto, Abbad, Ramadhan, & Marsono, 2026).

PLN Mobile berbeda karena merupakan aplikasi pendukung layanan kelistrikan yang sifatnya monopolistic, pelanggan tidak memiliki alternatif penyedia listrik lain di Indonesia sehingga hubungan antara motivasi hedonis, kebiasaan, dan niat penggunaan mungkin terbentuk dengan cara yang berbeda dibanding pada aplikasi yang kompetitif. Dari sisi geografis, ketiga penelitian PLN Mobile sebelumnya juga belum ada yang menasar Generasi Z secara spesifik maupun dilakukan di wilayah Solo Raya (Surakarta dan sekitarnya). Karena itu, pengujian pada segmen dan konteks ini penting untuk memperkaya pemahaman mengenai konsistensi model UTAUT2 pada aplikasi layanan publik berbasis monopoli di Indonesia. Perkembangan teknologi informasi telah mendorong transformasi digital di berbagai sektor, termasuk pelayanan publik. PT PLN (Persero) sebagai perusahaan penyedia tenaga listrik di Indonesia juga melakukan transformasi digital melalui aplikasi PLN Mobile, yang menyediakan berbagai layanan kelistrikan dalam satu platform, mulai dari pembelian token, pembayaran tagihan, pengajuan pasang baru dan tambah daya, hingga pengaduan gangguan.

Perjalanan adopsi PLN Mobile sendiri cukup menarik untuk dicermati. Saat pertama diluncurkan tahun 2019, aplikasi ini hanya diunduh oleh 500 ribu pengguna, dan tidak lama setelah itu 400 ribu di antaranya langsung uninstall, dengan rating hanya 2,5 dari skala 5 (Azhar, 2023). Keluhan utamanya ada pada fitur aduan pelanggan. Meski sudah berbasis aplikasi, pelanggan tetap diarahkan secara manual ke layanan telepon, dan respons gangguan listrik bisa memakan waktu 2 hingga 3 jam (Azhar, 2023). Setelah serangkaian perbaikan, performa aplikasi ini melonjak jauh. Hingga Desember 2024, jumlah penggunaannya mencapai 52.480.387, naik dari 47.026.369 pada Desember 2023 (Ibrahim, 2025), dengan rating di Playstore yang stabil di angka 4,9 (Ibrahim, 2025). Namun, banyaknya unduhan belum tentu mencerminkan pemanfaatan yang optimal. Dibandingkan dengan total pelanggan PLN yang mencapai sekitar 89,15 juta pada 2023 (Ahdiat, 2024), masih ada kemungkinan sebagian pelanggan belum benar-benar mengadopsi platform ini secara menyeluruh. Kesenjangan antara tingkat unduhan dan penggunaan aktif ini juga ditemukan dalam penelitian terbaru, yang melaporkan bahwa active usage PLN Mobile masih minim di tengah angka download yang tinggi (Susantyo, Yuldinawati,

& Sugiat, 2026). Artinya, niat penggunaan (behavioral intention) terhadap PLN Mobile masih menjadi isu yang relevan untuk diteliti lebih jauh. Salah satu model yang umum digunakan untuk memahami faktor-faktor pendorong niat penggunaan teknologi adalah UTAUT2 (Venkatesh, Thong, & Xu, 2012), yang mencakup Performance Expectancy, Effort Expectancy, Hedonic Motivation, dan Habit. Penelitian PLN Mobile dengan kerangka UTAUT/UTAUT2 sejauh ini sudah dilakukan di beberapa wilayah, yaitu Surabaya (Paramita, Pratama, & Wulansari, 2022), Sulawesi Utara, Tengah, dan Gorontalo (Umar & Pasaribu, 2024), serta UP3 Flores Barat (Susantyo et al., 2026), dengan hasil yang cukup beragam. Paramita dkk. (2022) menemukan Performance Expectancy dan Effort Expectancy berpengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention. Umar dan Pasaribu (2024) menemukan Habit dan Hedonic Motivation termasuk di antara lima variabel yang signifikan. Sementara itu, Susantyo dkk. (2026) justru menemukan Hedonic Motivation tidak signifikan terhadap intention to use. Inkonsistensi ini semakin terasa kalau ditelaah dari sisi generasi pengguna. Studi UTAUT2 pada Generasi Z di aplikasi finansial digital lain pun menunjukkan pola yang berbeda-beda. Pada e-wallet di Manado, Habit menjadi prediktor paling dominan, diikuti Price Value, sedangkan Hedonic Motivation tetap signifikan tapi kontribusinya paling lemah (Modaso, Dalughu, & Wua, 2025). Sebaliknya, pada studi fintech syariah di Garut, Performance Expectancy, Effort Expectancy, Hedonic Motivation, dan Price Value justru tidak berpengaruh terhadap intention Generasi Z, hanya Social Influence dan Habit yang signifikan (Syakinah, 2024). Pada studi e-wallet nasional, Performance Expectancy, Effort Expectancy, Facilitating Conditions, dan Hedonic Motivation juga tidak signifikan di lingkungan digital yang sudah matang, sementara Habit tetap menjadi salah satu faktor signifikan (Meiranto, Abbad, Ramadhan, & Marsono, 2026). Dari pola-pola ini, Habit terlihat cukup konsisten sebagai prediktor yang relevan bagi Generasi Z, sedangkan Hedonic Motivation hasilnya naik turun, signifikan di satu konteks, tidak di konteks lain. Perlu dicatat, studi-studi tersebut umumnya meneliti aplikasi yang sifatnya voluntary (sukarela) seperti e-wallet dan fintech, di mana pengguna memiliki banyak pilihan penyedia layanan sejenis. PLN Mobile berbeda karena merupakan aplikasi pendukung layanan kelistrikan yang sifatnya monopolistik. Pelanggan tidak memiliki alternatif penyedia listrik lain di Indonesia, sehingga hubungan antara motivasi hedonis, kebiasaan, dan niat penggunaan mungkin terbentuk dengan cara yang berbeda dibanding pada aplikasi yang kompetitif. Dari sisi geografis, ketiga penelitian PLN Mobile sebelumnya juga belum ada yang menyoroti Generasi Z secara spesifik maupun dilakukan di wilayah Solo Raya (Surakarta dan sekitarnya). Karena itu, pengujian pada segmen dan konteks ini penting untuk memperkaya pemahaman mengenai konsistensi model UTAUT2 pada aplikasi layanan publik berbasis monopoli di Indonesia.

Berdasarkan uraian di atas, dapat diidentifikasi tiga celah penelitian (research gap) yang mendasari penelitian ini. Pertama, belum ada penelitian PLN Mobile yang menasar segmen Generasi Z maupun dilakukan di wilayah Solo Raya. Kedua, terdapat inkonsistensi hasil penelitian mengenai pengaruh Hedonic Motivation terhadap Behavioral Intention, baik pada konteks PLN Mobile maupun Generasi Z secara umum. Ketiga, masih minim penelitian UTAUT2 pada aplikasi yang bersifat mandatory-adjacent seperti PLN Mobile, yang karakteristiknya berbeda dari mayoritas objek studi UTAUT2 yang bersifat voluntary dan kompetitif (Shareef et al., 2024). Ketiga celah inilah yang menjadikan penelitian ini layak dan relevan untuk dilakukan. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh Performance Expectancy, Effort Expectancy, Hedonic Motivation, dan Habit terhadap Behavioral Intention penggunaan PLN Mobile pada Generasi Z di wilayah Solo Raya. Penelitian ini menawarkan tiga kebaruan (novelty) dibandingkan penelitian UTAUT2 pada PLN Mobile sebelumnya, yaitu pengujian pertama pada segmen Generasi Z sekaligus konteks geografis Solo Raya, pengujian ulang konsistensi Hedonic Motivation pada aplikasi mandatory-adjacent, serta penguatan pemahaman peran Habit pada aplikasi layanan publik monopolistik yang digunakan secara rutin. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi baik secara teoretis, melalui pengujian konsistensi model UTAUT2 pada konteks berbeda, maupun secara praktis, melalui rekomendasi strategi bagi PT PLN (Persero) dalam meningkatkan adopsi PLN Mobile pada segmen Generasi Z.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis **pengaruh Performance Expectancy, Effort Expectancy, Hedonic Motivation, dan Habit terhadap Behavioral Intention penggunaan PLN Mobile pada Generasi Z di wilayah Solo Raya**

TINJAUAN PUSTAKA

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2)

UTAUT2 merupakan pengembangan dari model UTAUT (Venkatesh, Morris, Davis, & Davis, 2003) yang secara khusus dirancang untuk menjelaskan penerimaan teknologi pada konteks konsumen, berbeda dari UTAUT original yang lebih berfokus pada konteks organisasi atau karyawan. Venkatesh, Thong, dan Xu (2012) memperluas model ini dengan menambahkan tiga konstruk baru, yaitu Hedonic Motivation, Price Value, dan Habit sehingga lebih tepat digunakan untuk menjelaskan adopsi teknologi yang sifatnya voluntary dalam penggunaan sehari-hari, termasuk aplikasi mobile.

Model ini relevan diterapkan dalam penelitian ini karena PLN Mobile digunakan secara rutin oleh pelanggan untuk transaksi kelistrikan. Namun ada satu karakteristik penting yang membedakan PLN Mobile dari kebanyakan objek studi UTAUT2 lainnya: sifatnya yang mandatory-adjacent. Pelanggan tidak memiliki alternatif penyedia listrik lain, meski

penggunaan aplikasinya sendiri tetap bersifat sukarela. Shareef dkk. (2024) menyoroti hal ini secara eksplisit, menyebutkan bahwa masih ada gap penelitian mengenai bagaimana menangkap perilaku adopsi pada sistem teknologi yang penerimaannya bersifat wajib atau dipaksakan, mengingat penelitian UTAUT2 yang ada selama ini umumnya mengasumsikan sampel yang mewakili penerimaan murni sukarela. Karakteristik inilah yang menjadi salah satu alasan penting untuk menguji ulang model UTAUT2 pada konteks PLN Mobile.

Performance Expectancy dan Behavioral Intention

Performance Expectancy didefinisikan sebagai tingkat keyakinan individu bahwa penggunaan suatu sistem atau teknologi akan membantu meningkatkan kinerjanya (Venkatesh et al., 2003). Pada konteks PLN Mobile, hal ini berkaitan dengan persepsi pelanggan bahwa aplikasi tersebut dapat menyelesaikan kebutuhan transaksi kelistrikan secara lebih cepat dan efisien dibanding cara konvensional (Fadlullah et al., 2025).

Studi pada PLN Mobile di Surabaya menemukan Performance Expectancy berpengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention (Paramita, Pratama, & Wulansari, 2022), dan pola serupa juga ditemukan pada studi WargaKu, aplikasi e-government Surabaya (Permana, Farogi, & Pratama, 2025). Akan tetapi, pengaruh ini tidak selalu konsisten. Pada studi BRImo, Performance Expectancy justru berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Behavioral Intention (Priyadi, Sinaga, & Yoga, 2025), dan pada studi e-wallet Gen Z secara nasional, Performance Expectancy juga tidak berpengaruh signifikan di lingkungan digital yang sudah matang (Meiranto et al., 2026). Perbedaan-perbedaan ini menunjukkan bahwa pengaruh Performance Expectancy terhadap Behavioral Intention cenderung bersifat kontekstual, kemungkinan juga dipengaruhi oleh karakteristik generasi penggunanya.

H1: Performance Expectancy berpengaruh positif terhadap Behavioral Intention penggunaan PLN Mobile pada Generasi Z di Solo Raya.

Effort Expectancy dan Behavioral Intention

Effort Expectancy menggambarkan tingkat kemudahan yang dirasakan pengguna saat menggunakan suatu sistem teknologi (Venkatesh et al., 2003). Pada studi PLN Mobile di Surabaya, Effort Expectancy juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention (Paramita et al., 2022), didukung pula oleh temuan pada BRImo bahwa Effort Expectancy berpengaruh positif dan signifikan (Priyadi et al., 2025).

Meski begitu, generasi pengguna tampaknya turut memengaruhi kekuatan pengaruh ini (Adiwijaya & Pertiwi, 2025). Pada studi e-wallet Gen Z, Effort Expectancy ditemukan tidak signifikan, mencerminkan kondisi di mana kemudahan penggunaan teknologi sudah dianggap hal yang baku (taken-for-granted) bagi digital native (Meiranto et al., 2026). Hal serupa terlihat pada studi WargaKu, di mana penerimaan aplikasi justru lebih dipengaruhi oleh manfaat,

pengaruh sosial, dan kebiasaan, bukan oleh kemudahan penggunaan (Permana et al., 2025). Pola ini relevan diuji kembali pada Generasi Z pengguna PLN Mobile, mengingat kelompok ini tumbuh sebagai digital native yang umumnya sudah akrab dengan antarmuka aplikasi mobile secara umum.

H2: Effort Expectancy berpengaruh positif terhadap Behavioral Intention penggunaan PLN Mobile pada Generasi Z di Solo Raya.

Hedonic Motivation dan Behavioral Intention

Hedonic Motivation merujuk pada kesenangan atau kepuasan yang dirasakan akibat penggunaan suatu teknologi (Venkatesh et al., 2012). Berbeda dari Performance Expectancy dan Effort Expectancy yang lebih bersifat utilitarian, hasil penelitian mengenai pengaruh Hedonic Motivation terhadap Behavioral Intention justru cenderung tidak konsisten, baik pada konteks PLN Mobile maupun pada Generasi Z secara umum. Umar dan Pasaribu (2024) menemukan Hedonic Motivation sebagai salah satu dari lima variabel UTAUT2 yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap Behavioral Intention di wilayah Sulawesi Utara, Tengah, dan Gorontalo. Sebaliknya, studi PLN Mobile di Flores Barat justru menemukan Hedonic Motivation tidak signifikan terhadap intention to use (Susantyo, Yuldinawati, & Sugiat, 2026), dan studi kesehatan digital di Indonesia juga menemukan pengaruhnya dapat diabaikan terhadap intention pengguna (Jurnal Minds, 2025).

Inkonsistensi ini juga terlihat secara spesifik pada Generasi Z di aplikasi finansial digital. Pada studi e-wallet di Manado, Hedonic Motivation memang berpengaruh signifikan, tetapi kontribusinya paling lemah dibandingkan Habit dan Price Value, mengindikasikan bahwa pada layanan finansial, Generasi Z cenderung lebih mengutamakan faktor praktis seperti kemudahan dan penghematan dibanding faktor hedonis (Modaso, Dalughu, & Wua, 2025). Bahkan pada studi fintech syariah di Garut, Hedonic Motivation sama sekali tidak berpengaruh terhadap intention Generasi Z (Syakinah, 2024).

Pola ini mengindikasikan bahwa kekuatan Hedonic Motivation sebagai prediktor Behavioral Intention sangat bergantung pada jenis aplikasinya cenderung lebih lemah pada aplikasi yang sifatnya fungsional/transaksional dibanding aplikasi hiburan. Karena PLN Mobile merupakan aplikasi fungsional yang mendukung layanan monopoli, pengujian terhadap Hedonic Motivation pada segmen Generasi Z menjadi penting untuk memperjelas pola tersebut.

H3: Hedonic Motivation berpengaruh positif terhadap Behavioral Intention penggunaan PLN Mobile pada Generasi Z di Solo Raya.

Habit dan Behavioral Intention

Habit didefinisikan sebagai sejauh mana individu cenderung melakukan suatu perilaku secara otomatis akibat proses pembelajaran berulang di masa lalu (Venkatesh et al., 2012).

Berbeda dari Hedonic Motivation, Habit justru menunjukkan pola pengaruh yang relatif lebih konsisten di berbagai studi yang ditelaah.

Pada konteks PLN Mobile, Umar dan Pasaribu (2024) menemukan Habit sebagai salah satu prediktor signifikan baik terhadap Behavioral Intention maupun Usage Behavior, sejalan dengan temuan pada BRImo bahwa Habit berpengaruh positif dan signifikan terhadap Behavioral Intention (Priyadi et al., 2025). Pola serupa juga konsisten ditemukan pada studi-studi Generasi Z: Habit terbukti sebagai prediktor paling dominan pada adopsi e-wallet di Manado (Modaso et al., 2025), juga signifikan pada studi fintech syariah Garut (Syakinah, 2024), maupun pada studi e-wallet nasional yang menyebutkan Habit tetap signifikan meski sebagian besar prediktor UTAUT2 tradisional lainnya tidak berpengaruh di lingkungan digital yang sudah matang (Meiranto et al., 2026).

Konsistensi ini memberi dasar yang kuat bahwa Habit kemungkinan menjadi prediktor relevan bagi Generasi Z pengguna PLN Mobile, mengingat transaksi kelistrikan bersifat rutin dan berulang, seperti pembelian token dan pembayaran tagihan bulanan sebuah pola yang menurut UTAUT2 semestinya membentuk kebiasaan yang kuat.

H4: Habit berpengaruh positif terhadap Behavioral Intention penggunaan PLN Mobile pada Generasi Z di Solo Raya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menguji pengaruh Performance Expectancy (PE), Effort Expectancy (EE), Hedonic Motivation (HM), dan Habit (HT) terhadap Behavioral Intention (BI) dalam penggunaan aplikasi PLN Mobile. Pendekatan kuantitatif dipilih karena mampu mengukur hubungan antarvariabel secara objektif melalui analisis statistik (Sugiyono, 2019). Populasi penelitian adalah Generasi Z yang berdomisili di wilayah Solo Raya yang meliputi Surakarta, Sukoharjo, Karanganyar, Boyolali, Sragen, Klaten, dan Wonogiri serta pernah menggunakan aplikasi PLN Mobile. Generasi Z mengacu pada individu yang lahir pada tahun 1997–2012 (Rachmawati, 2019), sedangkan responden yang dipilih berada pada rentang usia 17–25 tahun pada tahun 2026. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria responden berdomisili di Solo Raya, pernah menggunakan PLN Mobile minimal satu kali, baik untuk kepentingan pribadi maupun pihak lain, serta bersedia mengisi kuesioner secara sukarela. Jumlah sampel ditetapkan sebanyak 150 responden, mengacu pada penelitian UTAUT2 terdahulu yang menggunakan 100–400 responden (Modaso et al., 2025; Paramita et al., 2022; Susantyo et al., 2026; Umar & Pasaribu, 2024). Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner daring menggunakan Google Form. Instrumen penelitian disusun berdasarkan indikator model UTAUT2 (Venkatesh et al., 2012) dan penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan layanan

publik berbasis aplikasi seluler. Pengukuran dilakukan menggunakan skala Likert 5 poin, yaitu 1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Netral, 4 = Setuju, dan 5 = Sangat Setuju.

Variabel Performance Expectancy mengukur manfaat penggunaan PLN Mobile, Effort Expectancy mengukur kemudahan penggunaan, Hedonic Motivation mengukur kenyamanan dan kesenangan pengguna, Habit mengukur kebiasaan menggunakan aplikasi, sedangkan Behavioral Intention mengukur niat menggunakan PLN Mobile pada masa mendatang. Pengujian hipotesis terdiri atas H1, H2, H3, dan H4 yang menyatakan bahwa masing-masing variabel independen berpengaruh positif terhadap Behavioral Intention. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan SPSS (Ghozali, 2021). Sebelum pengujian hipotesis dilakukan uji validitas, reliabilitas, normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas agar model memenuhi asumsi Best Linear Unbiased Estimator (BLUE). Model persamaan regresi yang digunakan adalah $BI = a + b1(PE) + b2(EE) + b3(HM) + b4(HT) + e$, dengan BI sebagai variabel dependen, PE, EE, HM, dan HT sebagai variabel independen, a sebagai konstanta, b1–b4 sebagai koefisien regresi, serta e sebagai galat penelitian.

Hasil dan Pembahasan

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah setiap item pernyataan dalam kuesioner benar-benar mampu mengukur variabel yang dimaksud. Pengujian dilakukan dengan menghitung korelasi antara skor masing-masing item dengan skor total variabelnya menggunakan teknik corrected item-total correlation. Suatu item dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Dengan jumlah sampel $n=150$ pada taraf signifikansi 5%, diperoleh nilai r tabel sebesar 0,159.

Secara keseluruhan, dari 15 item yang diuji pada lima variabel penelitian, seluruhnya memiliki nilai korelasi di atas 0,159 dan signifikan pada taraf 0,01, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen penelitian ini valid dan layak digunakan untuk mengukur variabel yang dimaksud.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi atau keandalan instrumen apabila digunakan secara berulang. Pengujian dilakukan dengan menghitung nilai Cronbach's Alpha pada masing-masing variabel, dengan ketentuan instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha $\geq 0,60$ (Ghozali, 2021).

Secara keseluruhan, kelima variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,60, sehingga seluruh instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan layak digunakan untuk pengujian selanjutnya. Variasi nilai reliabilitas antar variabel (berkisar 0,632–0,783) tergolong wajar dan

tidak mengindikasikan adanya masalah serius pada instrumen, karena seluruhnya masih berada di atas ambang batas yang disyaratkan.

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data residual dari model regresi berdistribusi normal, yang menjadi salah satu syarat penting agar hasil regresi dapat digeneralisasi secara valid. Pengujian dilakukan menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test terhadap nilai Unstandardized Residual hasil regresi, dengan kriteria data dinyatakan normal apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Hasil pengujian tabel 3 menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200. Karena ukuran sampel penelitian ini cukup besar ($n=150$), pengujian turut dilengkapi dengan Monte Carlo Significance sebagai pendekatan yang lebih presisi, yang menghasilkan nilai sebesar 0,390. Kedua nilai signifikansi tersebut baik Asymp. Sig. (0,200) maupun Monte Carlo Sig. (0,390) berada jauh di atas ambang batas 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data residual dalam penelitian ini berdistribusi normal, sehingga model regresi memenuhi salah satu syarat utama analisis regresi linear berganda.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi yang tinggi antar variabel independen dalam model regresi. Apabila multikolinearitas terjadi, maka estimasi koefisien regresi menjadi tidak stabil dan sulit diinterpretasikan secara akurat. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF), dengan kriteria model dinyatakan bebas multikolinearitas apabila nilai Tolerance $> 0,10$ dan VIF < 10 . Secara keseluruhan pada tabel 4 seluruh variabel independen memiliki nilai VIF pada rentang 1,288 hingga 1,572, jauh di bawah ambang batas 10, serta nilai Tolerance di atas 0,10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi penelitian ini, sehingga masing-masing variabel dapat diinterpretasikan pengaruhnya secara independen terhadap Behavioral Intention.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varians dari residual antar pengamatan dalam model regresi. Apabila heteroskedastisitas terjadi, maka model regresi menjadi kurang efisien dan dapat menghasilkan kesimpulan yang bias. Pengujian dilakukan menggunakan metode Glejser, yaitu dengan meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen, dengan kriteria model dinyatakan bebas heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi seluruh variabel lebih besar dari 0,05. Secara keseluruhan pada tabel 5 seluruh variabel independen memiliki nilai signifikansi pada rentang 0,065 hingga 0,510, seluruhnya di atas 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan

bahwa model regresi dalam penelitian ini bebas dari masalah heteroskedastisitas, yang berarti varians residual bersifat homogen di seluruh rentang nilai variabel independen.

Berdasarkan hasil ketiga pengujian asumsi klasik di atas normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini telah memenuhi seluruh syarat Best Linear Unbiased Estimator (BLUE), sehingga layak dan absah digunakan untuk pengujian hipotesis pada tahap selanjutnya.

Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Dengan demikian, dari hasil uji t dapat disimpulkan bahwa Performance Expectancy, Effort Expectancy, dan Habit memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Behavioral Intention penggunaan PLN Mobile pada Generasi Z di Solo Raya, sementara Hedonic Motivation tidak menunjukkan pengaruh yang berarti.

Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Berdasarkan Tabel 7, diperoleh nilai F hitung sebesar 33,355 dengan nilai signifikansi $< 0,001$. Karena nilai F hitung $> F$ tabel ($33,355 > 2,43$) dan nilai signifikansi $< 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa Performance Expectancy, Effort Expectancy, Hedonic Motivation, dan Habit secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention penggunaan PLN Mobile pada Generasi Z di Solo Raya. Artinya, model regresi yang dirumuskan dalam penelitian ini sudah tepat dan layak digunakan.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai R Square sebesar 0,479 menunjukkan bahwa keempat variabel independen tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan 47,9% variasi yang terjadi pada Behavioral Intention. Sementara itu, nilai Adjusted R Square sebesar 0,465 atau 46,5% mengindikasikan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah variabel dan ukuran sampel, model regresi ini mampu menjelaskan 46,5% variasi Behavioral Intention, sedangkan sisanya sebesar 53,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini, seperti Social Influence, Facilitating Conditions, Price Value, kepercayaan (trust), atau kualitas layanan yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Performance Expectancy terhadap Behavioral Intention (H1)

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel Performance Expectancy terhadap Behavioral Intention penggunaan PLN Mobile. Hal ini dibuktikan dengan perolehan nilai t hitung $> t$ tabel ($2,237 > 1,976$) dan tingkat signifikansi ($0,027 < 0,05$). Hasil uji regresi menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,158, yang berarti jika terjadi peningkatan satu satuan pada Performance Expectancy,

maka Behavioral Intention akan meningkat sebesar 0,158 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Paramita, Pratama, dan Wulansari (2022) yang meneliti pengguna PLN Mobile di Surabaya, yang menemukan bahwa Performance Expectancy berpengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention. Namun, hasil ini berbeda dengan penelitian Meiranto, Abbad, Ramadhan, dan Marsono (2026) pada pengguna e-wallet Generasi Z secara nasional, yang menemukan bahwa Performance Expectancy tidak berpengaruh signifikan dalam lingkungan digital yang sudah matang.

Performance Expectancy merupakan tingkat keyakinan individu bahwa penggunaan suatu sistem akan membantu meningkatkan kinerja atau memberikan manfaat dalam aktivitasnya. Signifikannya pengaruh variabel ini dapat dijelaskan melalui beberapa perspektif. Pertama, sebagai aplikasi yang mendukung layanan kelistrikan yang sifatnya mandatory-adjacent, manfaat fungsional PLN Mobile, seperti kemudahan membeli token, membayar tagihan, atau mengajukan pengaduan tanpa harus mengantre di loket fisik tetap menjadi pertimbangan penting bagi Generasi Z, meskipun mereka adalah digital native yang akrab dengan berbagai aplikasi mobile lainnya. Kedua, berbeda dengan aplikasi e-wallet yang sudah dianggap sebagai kebutuhan dasar sehari-hari sehingga manfaatnya tidak lagi dipersoalkan secara khusus, kebutuhan terhadap layanan kelistrikan bersifat lebih jarang namun lebih krusial (pembayaran bulanan, pengaduan gangguan darurat), sehingga persepsi manfaat tetap menjadi pertimbangan aktif bagi penggunanya.

Implikasinya, PLN perlu terus mengomunikasikan dan meningkatkan manfaat fungsional aplikasi, seperti kecepatan transaksi, akurasi data tagihan, dan respons cepat terhadap pengaduan, untuk mempertahankan dan meningkatkan niat penggunaan pada segmen Generasi Z.

Pengaruh Effort Expectancy terhadap Behavioral Intention (H2)

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel Effort Expectancy terhadap Behavioral Intention. Hal ini dibuktikan dengan perolehan nilai t hitung $>$ t tabel ($4,066 > 1,976$) dan tingkat signifikansi ($0,000 < 0,05$). Hasil uji regresi menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,209, yang berarti setiap peningkatan satu satuan Effort Expectancy akan meningkatkan Behavioral Intention sebesar 0,209 satuan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Paramita et al. (2022) pada PLN Mobile di Surabaya dan penelitian Priyadi, Sinaga, dan Yoga (2025) pada pengguna BRImo, yang sama-sama menemukan Effort Expectancy berpengaruh positif dan signifikan terhadap Behavioral Intention. Namun, hasil ini berbeda dengan penelitian Meiranto et al. (2026) pada e-wallet

Generasi Z nasional, yang menemukan Effort Expectancy tidak signifikan, serta penelitian Permana, Faroqi, dan Pratama (2025) pada aplikasi WargaKu, yang menemukan bahwa penerimaan aplikasi lebih dipengaruhi oleh manfaat dan kebiasaan, bukan kemudahan penggunaan.

Signifikannya pengaruh Effort Expectancy ini menunjukkan bahwa anggapan umum bahwa kemudahan penggunaan teknologi sudah menjadi hal yang taken-for-granted (dianggap sudah pasti ada) bagi digital native ternyata tidak berlaku secara mutlak pada konteks PLN Mobile. Hal ini kemungkinan terjadi karena fitur-fitur PLN Mobile, seperti pengajuan pasang baru, tambah daya, dan pengaduan gangguan memiliki kompleksitas teknis dan administratif tertentu yang berbeda dari aplikasi e-wallet yang umumnya hanya melibatkan transaksi sederhana seperti transfer atau pembayaran. Dengan demikian, kemudahan penggunaan tetap menjadi pertimbangan penting bagi Generasi Z dalam membentuk niat penggunaan PLN Mobile, sehingga pengembang aplikasi perlu terus menyederhanakan antarmuka dan proses transaksi, khususnya pada fitur-fitur yang sifatnya administratif.

Pengaruh Hedonic Motivation terhadap Behavioral Intention (H3)

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif namun tidak signifikan dari variabel Hedonic Motivation terhadap Behavioral Intention. Hal ini dibuktikan dengan perolehan nilai t hitung $< t$ tabel ($1,552 < 1,976$) dan tingkat signifikansi ($0,123 > 0,05$). Hasil uji regresi menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,081, nilai terkecil di antara keempat variabel independen yang diteliti.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Susantyo, Yuldinawati, dan Sugiat (2026) pada PLN Mobile di Flores Barat, serta penelitian Syakinah (2024) pada fintech syariah Generasi Z di Garut, yang sama-sama menemukan Hedonic Motivation tidak signifikan. Namun, hasil ini berbeda dengan penelitian Umar dan Pasaribu (2024) pada PLN Mobile di Sulawesi Utara, Tengah, dan Gorontalo, yang menemukan Hedonic Motivation berpengaruh signifikan, serta penelitian Modaso, Dalughu, dan Wua (2025) pada e-wallet Generasi Z di Manado, yang juga menemukan pengaruh signifikan meski dengan kontribusi yang relatif lemah.

Tidak signifikannya pengaruh Hedonic Motivation ini dapat dijelaskan melalui beberapa perspektif. Pertama, PLN Mobile merupakan aplikasi yang sifatnya fungsional dan mandatory-adjacent, pelanggan menggunakan aplikasi ini murni atas dasar kebutuhan transaksional terkait kelistrikan, bukan untuk mencari kesenangan atau hiburan. Berbeda dengan aplikasi e-commerce atau media sosial yang secara desain menonjolkan elemen hiburan dan interaksi visual, PLN Mobile dirancang sebagai aplikasi utilitas yang fokus pada penyelesaian transaksi. Kedua, karena PLN merupakan penyedia layanan listrik tunggal di Indonesia tanpa pesaing langsung, pengguna tidak memiliki insentif untuk mencari aplikasi yang

“menyenangkan”, yang terpenting bagi mereka adalah aplikasi tersebut berfungsi dengan baik untuk menyelesaikan kebutuhan kelistrikan, terlepas dari apakah pengalamannya menggunakannya menghibur atau tidak.

Implikasinya, pengembang PLN Mobile tidak perlu memprioritaskan investasi besar pada elemen hiburan atau gamifikasi dalam aplikasi, karena hal tersebut secara empiris tidak terbukti meningkatkan niat penggunaan pada segmen Generasi Z. Sumber daya yang ada sebaiknya lebih diarahkan untuk memperkuat manfaat fungsional dan kemudahan penggunaan, yang terbukti lebih signifikan.

Pengaruh Habit terhadap Behavioral Intention (H4)

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel Habit terhadap Behavioral Intention. Hal ini dibuktikan dengan perolehan nilai t hitung $> t$ tabel ($4,413 > 1,976$) dan tingkat signifikansi ($0,000 < 0,05$). Hasil uji regresi menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,213, nilai terbesar di antara keempat variabel independen yang diteliti, yang berarti setiap peningkatan satu satuan Habit akan meningkatkan Behavioral Intention sebesar 0,213 satuan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Umar dan Pasaribu (2024) pada PLN Mobile di Sulawesi Utara, Tengah, dan Gorontalo, serta penelitian Priyadi et al. (2025) pada BRImo, yang sama-sama menemukan Habit berpengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention. Temuan ini juga konsisten dengan pola pada studi-studi Generasi Z di berbagai aplikasi finansial digital, seperti penelitian Modaso et al. (2025) pada e-wallet di Manado yang menemukan Habit sebagai prediktor paling dominan, dan penelitian Syakinah (2024) pada fintech syariah di Garut.

Habit menjadi prediktor dengan pengaruh terbesar dalam penelitian ini, yang dapat dijelaskan melalui karakteristik objek penelitian. PLN Mobile digunakan untuk transaksi yang bersifat rutin dan berulang, seperti pembelian token listrik, pembayaran tagihan bulanan merupakan sebuah pola penggunaan yang menurut teori UTAUT2 (Venkatesh et al., 2012) secara alami membentuk otomatisasi perilaku yang kuat. Generasi Z di Solo Raya kemungkinan telah membentuk pola penggunaan PLN Mobile sebagai rutinitas bulanan yang tidak lagi memerlukan pertimbangan sadar, sehingga kebiasaan ini menjadi pendorong yang lebih kuat dibandingkan evaluasi rasional terhadap manfaat (Performance Expectancy) atau kemudahan (Effort Expectancy).

Implikasinya, strategi retensi yang paling efektif bagi PLN adalah dengan mendorong pembentukan kebiasaan penggunaan sejak dini pada pelanggan baru, misalnya melalui pengingat otomatis pembayaran tagihan, notifikasi rutin menjelang jatuh tempo, atau program loyalitas yang mendorong penggunaan berulang. Karena Habit terbukti sebagai prediktor terkuat,

investasi pada pembentukan kebiasaan ini berpotensi memberikan dampak yang lebih besar terhadap niat penggunaan berkelanjutan dibandingkan investasi pada peningkatan fitur semata.

Pengaruh Performance Expectancy, Effort Expectancy, Hedonic Motivation, dan Habit secara Simultan terhadap Behavioral Intention

Hasil uji F menunjukkan bahwa Performance Expectancy, Effort Expectancy, Hedonic Motivation, dan Habit secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention penggunaan PLN Mobile pada Generasi Z di Solo Raya. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar 33,355 yang jauh melampaui F tabel sebesar 2,43, serta tingkat signifikansi 0,000 yang jauh lebih kecil dari 0,05.

Temuan ini menegaskan bahwa keempat faktor tersebut, meskipun memiliki bobot pengaruh yang berbeda secara parsial dengan Habit sebagai prediktor terkuat dan Hedonic Motivation yang tidak signifikan tetap bekerja secara kolektif dan saling melengkapi dalam membentuk niat penggunaan PLN Mobile di kalangan Generasi Z. Hal ini menunjukkan bahwa Behavioral Intention bukan hasil dari satu faktor tunggal, melainkan interaksi dari berbagai pertimbangan rasional (manfaat dan kemudahan) maupun perilaku (kebiasaan).

Daya prediktif model ini tergolong baik, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,465. Angka ini menunjukkan bahwa 46,5% variasi Behavioral Intention dapat dijelaskan oleh kombinasi keempat variabel independen tersebut, sementara 53,5% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor di luar model penelitian ini, seperti Social Influence, Facilitating Conditions, Price Value, kepercayaan (trust) terhadap PLN sebagai institusi, maupun kualitas layanan purna jual yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun model UTAUT2 yang digunakan cukup relevan, masih terdapat ruang bagi penelitian selanjutnya untuk mengeksplorasi konstruk tambahan guna memperkuat daya jelas model terhadap niat penggunaan PLN Mobile.

KESIMPULAN

Penelitian ini menganalisis pengaruh Performance Expectancy, Effort Expectancy, Hedonic Motivation, dan Habit terhadap Behavioral Intention penggunaan PLN Mobile pada 150 responden Generasi Z di Solo Raya. Hasil regresi linear berganda menunjukkan bahwa Performance Expectancy, Effort Expectancy, dan Habit berpengaruh positif serta signifikan terhadap Behavioral Intention, sehingga H1, H2, dan H4 diterima, sedangkan Hedonic Motivation tidak berpengaruh signifikan sehingga H3 ditolak. Variabel Habit menjadi faktor yang memiliki pengaruh paling besar, sedangkan model penelitian mampu menjelaskan 47,9% variasi Behavioral Intention. Secara teoretis, hasil ini memperkuat bahwa kekuatan konstruk dalam model UTAUT2 dipengaruhi oleh karakteristik aplikasi dan pengguna. Pada aplikasi layanan publik seperti PLN Mobile, manfaat, kemudahan, dan kebiasaan lebih menentukan

dibandingkan unsur kesenangan. Dari sisi praktis, PT PLN (Persero) disarankan memprioritaskan peningkatan manfaat fungsional, penyederhanaan proses penggunaan, serta pengembangan fitur yang mampu membentuk kebiasaan transaksi rutin, seperti pengingat pembayaran dan notifikasi layanan. Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya melibatkan responden Generasi Z di Solo Raya, menggunakan empat konstruk UTAUT2, serta menerapkan desain cross-sectional, sehingga hasil belum sepenuhnya dapat digeneralisasi. Penelitian berikutnya disarankan memperluas wilayah penelitian, menambah variabel seperti Social Influence, Facilitating Conditions, dan Price Value, serta menggunakan desain longitudinal agar mampu memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keberlanjutan penggunaan PLN Mobile.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, A. (2024, 31 Mei). Ini pertumbuhan jumlah pelanggan PLN sampai 2023. Databoks Katadata. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/05/31/ini-pertumbuhan-jumlah-pelanggan-pln-sampai-2023>
- Azhar, M. (2023, 26 September). Transformasi digital bantu BUMN tingkatkan efisiensi dan pelayanan. GovInsider Indonesia. <https://govinsider.asia/indo-en/article/transformasi-digital-bantu-bumn-tingkatkan-efisiensi-dan-pelayanan>
- Adiwijaya, E. P., & Pertiwi, W. N. B. (2025). Social Media Marketing Dan Keputusan Pembelian: Analisis Mediasi Brand Awareness Dan Moderasi Customer Engagement. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 9(2), 109–124. <https://doi.org/10.31955/mea.v9i2.5671>
- Fadlullah, F., Hermawan, S., Aditya, S., Rahmawati, A. N., & Adriano, C. S. (2025). ANALYSIS OF THE IMPACT OF DIGITAL MARKETING STRATEGIES IN INVESTIGATION ON ECONOMIC GROWTH. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 9(3), 39–56.
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harisandi, P., Yahya, A., & Purwanto, P. (2025). Modeling female users' intention to use health apps in Indonesia: UTAUT2 with risk and attitude. *Jurnal Minds: Manajemen Ide dan Inspirasi*, 12(1), 187–200. <https://doi.org/10.24252/minds.v12i1.54077>
- Ibrahim, M. (2025, 20 Juni). PLN cetak rekor pengguna aplikasi, gangguan listrik turun. Infobanknews. <https://infobanknews.com/pln-cetak-rekor-pengguna-aplikasi-gangguan-listrik-turun/>
- Meiranto, W., Abbad, T. A. S., Ramadhan, A. F., & Marsono, M. (2026). Determinants of e-wallet adoption among Generation Z in Indonesia: An extended UTAUT3 model integrating personal innovativeness and perceived security. *Journal of Risk and Financial Management*, 19(6), 421. <https://doi.org/10.3390/jrfm19060421>
- Modaso, P. V., Dalughu, M. H., & Wua, I. W. G. (2025). Hedonic motivation, price value, and habits in e-wallet adoption: Extended UTAUT2 testing on Generation Z consumers in Manado. *Journal of Management and Administration Provision*, 5(3), 399–408. <https://doi.org/10.55885/jmap.v5i3.682>
- Paramita, A., Pratama, A., & Wulansari, A. (2022). Behavior analysis on PLN Mobile users using UTAUT method. *Jurnal Riset Informatika*, 5(1), 155–164. <https://doi.org/10.34288/jri.v5i1.486>
- Permana, A. D., Faruqi, A., & Pratama, A. (2025). Analisis penerimaan warga Surabaya terhadap aplikasi WargaKu menggunakan model UTAUT2. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 9(3), 4339–4347. <https://doi.org/10.36040/jati.v9i3.13694>

- Priyadi, L., Sinaga, A. R., & Yoga, T. P. (2025). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi behavioral intention dan use behavior pada pengguna aplikasi mobile banking BRI Mo menggunakan model UTAUT 2 (Unified Theory of Acceptance an Use of Technology 2). *SISINFO: Jurnal Sistem Informasi dan Informatika*, 7(1), 107–123.
- Rachmawati, D. (2019). Welcoming gen Z in job world (Selamat datang generasi Z di dunia kerja). *Proceeding Indonesian Carrier Center Network (ICCN) Summit 2019*, 1(1), 21–24.
- Shareef, M. A., Das, R., Ahmed, J. U., Mishra, A., Sultana, I., Rahman, M. Z., & Mukerji, B. (2024). Mandatory adoption of technology: Can UTAUT2 model capture managers' behavioral intention? *Technological Forecasting and Social Change*, 200, 123163. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.123163>
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Susantyo, I. A., Yuldinawati, L., & Sugiati, M. A. (2026). Analyzing digital utility app adoption: A UTAUT approach on PLN Mobile with technological literacy as a moderator. *Advance Sustainable Science, Engineering and Technology*, 8(1), 02601039. <https://doi.org/10.26877/asset.v8i1.2367>
- Syakinah, F. (2024). Factors influencing Gen Z's intention in adopting Islamic fintech payment digital services. *Jurnal Perbankan Syariah*, 5(1), 70–89. <https://doi.org/10.46367/jps.v5i1.1780>
- Umar, A., & Pasaribu, R. D. (2024). Study on the usage behavior of PLN Mobile application using UTAUT 2 model among PLN customers in North Sulawesi, Central Sulawesi, and Gorontalo. *International Journal of Social Science and Human Research*, 7(3), 1814–1828. <https://doi.org/10.47191/ijsshr/v7-i03-41>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157–178. <https://doi.org/10.2307/41410412>

TABEL

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Nilai Korelasi	r Tabel	Keterangan
Performance Expectancy	PE1	0,695	0,159	Valid
	PE2	0,758	0,159	Valid
	PE3	0,821	0,159	Valid
Effort Expectancy	EE1	0,873	0,159	Valid
	EE2	0,798	0,159	Valid
	EE3	0,841	0,159	Valid
Hedonic Motivation	HM1	0,814	0,159	Valid
	HM2	0,747	0,159	Valid
	HM3	0,805	0,159	Valid
Habit	HT1	0,847	0,159	Valid
	HT2	0,809	0,159	Valid
	HT3	0,716	0,159	Valid
Behavioral Intention	BI1	0,761	0,159	Valid
	BI2	0,754	0,159	Valid
	BI3	0,761	0,159	Valid

Sumber: Penulis, 2026

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Performance Expectancy (PE)	0,632	Reliabel
Effort Expectancy (EE)	0,783	Reliabel
Hedonic Motivation (HM)	0,696	Reliabel

Habit (HT)	0,704	Reliabel
Behavioral Intention (BI)	0,632	Reliabel

Sumber: Penulis, 2026

Tabel 3 Hasil Uji Normalitas

Keterangan	Nilai	Standar
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200	> 0,05
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	0,390	> 0,05

Sumber: Penulis, 2026

Tabel 4 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Performance Expectancy	0,728	1,374	Bebas Multikolinearitas
Effort Expectancy	0,636	1,572	Bebas Multikolinearitas
Hedonic Motivation	0,776	1,288	Bebas Multikolinearitas
Habit	0,645	1,550	Bebas Multikolinearitas

Sumber: Penulis, 2026

Tabel 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser)

Variabel	Sig.	Keterangan
Performance Expectancy	0,065	Bebas Heteroskedastisitas
Effort Expectancy	0,101	Bebas Heteroskedastisitas
Hedonic Motivation	0,510	Bebas Heteroskedastisitas
Habit	0,250	Bebas Heteroskedastisitas

Sumber: Penulis, 2026

Tabel 6 Hasil Uji t

Variabel	Koefisien (B)	t Hitung	Sig.	Keputusan
Konstanta	4,957	5,823	<0,001	—
Performance Expectancy	0,158	2,237	0,027	H1 Diterima
Effort Expectancy	0,209	4,066	<0,001	H2 Diterima
Hedonic Motivation	0,081	1,552	0,123	H3 Ditolak
Habit	0,213	4,413	<0,001	H4 Diterima

Sumber: Penulis, 2026

Tabel 7 Hasil Uji F

F Hitung	F Tabel	Sig.	Keterangan
33,355	2,43	<0,001	Model Signifikan

Sumber: Penulis, 2026

Tabel 8 Hasil Uji R²

R	R Square	Adjusted R Square
0,692	0,479	0,465

Sumber: Penulis, 2026