

## ABSTRAK

Nama : Nurul Aulia  
Program Studi : Manajemen  
Judul : Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Pelanggan Pada Aplikasi PLN Mobile (Studi Kasus PT PLN (Persero) UP3 Nias)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan kepercayaan terhadap minat pelanggan dalam menggunakan aplikasi PLN Mobile pada PT PLN (Persero) UP3 Nias. Latar belakang penelitian ini didasari oleh fenomena penurunan transaksi digital pada aplikasi PLN Mobile di wilayah Kepulauan Nias yang mencapai 34,48% dalam kurun waktu Juni hingga September 2024. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yang merupakan pelanggan aktif PLN Mobile di wilayah kerja UP3 Nias. Data dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan analisis regresi linear berganda melalui perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, variabel persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pelanggan dengan nilai signifikansi 0,019. Variabel kepercayaan juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat pelanggan dengan nilai signifikansi 0,000. Namun, variabel persepsi kemudahan ditemukan tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat pelanggan dengan nilai signifikansi 0,148. Secara simultan, ketiga variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap minat pelanggan dengan nilai koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,456, yang berarti variabel independen mampu menjelaskan variasi minat pelanggan sebesar 45,6%. Implikasi dari penelitian ini menyarankan PT PLN (Persero) UP3 Nias untuk terus meningkatkan fitur manfaat layanan dan membangun kepercayaan pelanggan guna menjaga keberlanjutan penggunaan aplikasi.

**Kata Kunci** : Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Minat Pelanggan, PLN Mobile.

## ABSTRACT

Name : Nurul Aulia  
Study Program : Management  
Title : *The Influence of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Trust on Customer Interest in the PLN Mobile Application (A Case Study of PT PLN (Persero) UP3 Nias)*

*This study aims to analyze the influence of perceived usefulness, perceived ease of use, and trust on customer interest in using the PLN Mobile application at PT PLN (Persero) UP3 Nias. The background of this research is based on the phenomenon of declining digital transactions on the PLN Mobile application in the Nias Islands region, which reached 34.48% between June and September 2024. The research method used is a quantitative approach by distributing questionnaires to 100 respondents who are active PLN Mobile customers in the UP3 Nias service area. Data were analyzed using validity tests, reliability tests, classic assumption tests, and multiple linear regression analysis through SPSS software. The results showed that partially, the perceived usefulness variable had a positive and significant effect on customer interest with a significance value of 0.019. The trust variable also had a positive and significant influence on customer interest with a significance value of 0.000. However, the perceived ease of use variable was found to have no significant partial effect on customer interest with a significance value of 0.148. Simultaneously, these three variables significantly influence customer interest with a coefficient of determination (Adjusted R Square) of 0.456, meaning that the independent variables can explain 45.6% of the variation in customer interest. The implications of this study suggest that PT PLN (Persero) UP3 Nias should continue to improve service benefit features and build customer trust to maintain sustainable application usage.*

**Keywords** : *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust, Customer Interest, PLN Mobile.*