

**SKRIPSI**

**PENGARUH FAKTOR BUDAYA SOSIAL PRIBADI DAN PSIKOLOGIS  
TERHADAP KEPUTUSAN MIGRASI LISTRIK PRABAYAR PADA  
PT PLN (PERSERO) UP3 BALI SELATAN**



**POLITEKNIK NEGERI BALI**

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana Terapan  
Program Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Bisnis  
Politeknik Negeri Bali**

**Oleh:**

**GUSTI AYU MADE WANDA NATIA HANDAYANI**

**NIM. 1915744114**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL  
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
POLITEKNIK NEGERI BALI  
BADUNG  
2023**

## TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI


1. Judul Skripsi : Pengaruh Faktor Budaya Sosial Pribadi Dan Psikologis Terhadap Keputusan Migrasi Listrik Prabayar Pada PT PLN (Persero) UP3 Bali Selatan
2. Penulis
  - a. Nama : Gusti Ayu Made Wanda Natian Handayani
  - b. NIM : 1915744114
3. Jurusan : Administrasi Bisnis
4. Program Studi : Manajemen Bisnis Internasional


Badung, 17 Juli 2020

Menyetujui:

Pembimbing I,

Pembimbing II,

  
I Komang Mahayana Putra, SE., MM  
NIP. 196310171990031003

  
Wayan Suryathi, SE., M.M.  
NIP. 196510171990112001

## TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH FAKTOR BUDAYA SOSIAL PRIBADI DAN PSIKOLOGIS  
TERHADAP KEPUTUSAN MIGRASI LISTRIK PRABAYAR PADA  
PT PLN (PERSERO) UP3 BALI SELATAN

Oleh :

Gusti Ayu Made Wanda Natia Handayani

Nim. 1915744114

Disahkan:

Ketua Tim Penguji

Penguji I

Prof. Drs. Ida Bagus Putu Suamba,  
MA., Ph.D  
NIP. 196312311992031013

I Komang Mahayana Putra,  
SE, MM  
NIP. 196310171990031003

Penguji II

Kasiani SE,MSi  
NIP. 196204211990032002

Mengetahui

Jurusan Administrasi Bisnis  
Ketua

Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE,MBA,Ph.D  
NIP. 196409291990032003

Badung, 23 Agustus 2023

Prodi. Manajemen Bisnis Internasional  
Ketua

Ketut Vini Elfarosa, SE.,MM  
NIP. 197612032008122001

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO:**

*“Berusahalah sebaik mungkin yang kita bisa. Jika kelak hasilnya tidak sesuai dengan apa yang diharapkan, setidaknya kita sudah pernah mencobanya. Jangan pernah berhenti mencoba dan jangan pernah mencoba berhenti.”*

### **PERSEMBAHAN:**

\*\*\*

Skripsi ini saya persembahkan untuk diri saya sendiri yang selalu berusaha keluar dari rasa malas. Terimakasih untuk kedua orang tua saya dan seluruh keluarga yang selalu menjaga saya dalam doa-doa serta selalu membiarkan saya mengejar impian saya apa pun itu. Untuk semua teman dan sahabat yang selalu setia memotivasi saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini terimakasih banyak. Intinya siapapun yang membaca lembar persembahan ini saya persembahkan juga

Skripsi ini untuk anda, terimakasih banyak.

\*\*\*

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

**Nama : Gusti Ayu Made Wanda Natia Handayani**

**NIM : 1915744114**

**Prodi/Jurusan : Manajemen Bisnis Internasional / Administrasi Bisnis**

Dengan ini menyatakan bahwa naskah SKRIPSI saya dengan judul :  
“Pengaruh Faktor Budaya Sosial Pribadi Dan Psikologis Terhadap Keputusan Migrasi Listrik Prabayar Pada PT PLN (Persero) UP3 Bali Selatan” adalah memang benar asli karya saya. Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar di suatu perguruan tinggi, dan atau sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah Skripsi ini, dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan menerima sanksi akademis dalam bentuk apapun.

Badung, 20 Juli 2023

Yang menyatakan



Gusti Ayu Made Wanda Natia Handayani

NIM. 1915744114

## ABSTRAK

Keputusan pembelian adalah suatu proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen dalam melakukan pembelian diantara dua atau lebih alternatif produk yang tersedia dipengaruhi oleh beberapa faktor. Menurut Kotler terdapat empat faktor penting dalam mengambil keputusan pembelian yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis terhadap keputusan pelanggan dalam melakukan migrasi listrik Prabayar pada PT PLN UP3 Bali Selatan. Pengumpulan data dilakukan melalui survey menggunakan kuesioner dengan responden yaitu pelanggan yang melakukan migrasi listrik Prabayar pada PT PLN UP3 Bali Selatan. Pengolahan data menggunakan analisis statistika Uji Asumsi Klasik, Uji Regresi Berganda dan Analisis Statistik Deskriptif dengan perangkat lunak *SPSS for windows 25*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor budaya secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan migrasi listrik Prabayar sedangkan faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan migrasi listrik Prabayar, serta faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis berpengaruh secara simultan terhadap keputusan migrasi listrik Prabayar pada PT PLN UP3 Bali Selatan. Variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan migrasi listrik Prabayar pada PT PLN UP3 Bali Selatan adalah faktor psikologis sebesar 30,7%.

**Kata Kunci** : Faktor budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Faktor Psikologi, Keputusan Pembelian.

## **ABSTRACT**

*Purchasing decision is a decision-making process carried out by consumers in making purchases between two or more available product alternatives influenced by several factors. According to Kotler, there are four important factors in making purchasing decisions, namely cultural factors, social factors, personal factors and psychological factors. This study aims to determine the influence of cultural factors, social factors, personal factors and psychological factors on customer decisions in migrating prepaid electricity at PT PLN UP3 Bali Selatan. Data collection was carried out through a survey using a questionnaire with respondents, namely customers who migrated prepaid electricity at PT PLN UP3 Bali Selatan. Data processing used statistical analysis using the Classical Assumption Test, Multiple Regression Tests and Descriptive Statistical Analysis with SPSS for windows 25 software. The results showed that cultural factors partially had no positive and significant effect on the decision to migrate prepaid electricity while social factors, personal factors, social factors Psychological influences are partially positive and significant on the decision to migrate prepaid electricity, as well as cultural, social, personal and psychological factors simultaneously influence the decision to migrate prepaid electricity at PT PLN UP3 South Bali. The most dominant variable influencing the decision to migrate prepaid electricity at PT PLN UP3 Bali Selatan is the psychological factor of 30.7%.*

**Keywords:** *Cultural Factors, Social Factors, Personal Factors, Psychological Factors, Purchase Decisions.*

## PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan ke hadapan Ida Sang Hyang Widhi Wasa/Tuhan Yang Mahaesa, karena berkat-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul **“Pengaruh Faktor Budaya Sosial Pribadi Dan Psikologis Terhadap Keputusan Migrasi Listrik Prabayar Pada PT PLN (Persero) UP3 Bali Selatan”**. Skripsi ini disusun sebagai syarat kelulusan pada Program Studi S1 Terapan Manajemen Bisnis Internasional, Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Bali.

Selama penyusunan skripsi ini dilakukan, banyak hambatan yang ditemukan. Hal ini tidak terlepas dari keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penulis. Akan tetapi, berkat bantuan dari berbagai pihak hambatan-hambatan tersebut dapat diatasi. Pada kesempatan ini, penulis hendak menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak I Nyoman Abdi, SE.,M.eCom., selaku Direktur Politeknik Negeri Bali.
2. Ibu Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE, MBA,Ph.D selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali.



3. Ibu Ketut Vini Elfarosa, SE,M.M selaku Ketua Program Studi Sarjana Terapan Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali.
4. Bapak I Komang Mahayana Putra, SE., MM selaku dosen pembimbing I yang telah membimbing dan memberi masukan kepada penulis selama penulisan skripsi ini.
5. Ibu Wayan Suryathi, SE.,M.M. selaku dosen pembimbing II yang telah membimbing dan memberi masukan kepada penulis selama penulisan skripsi ini.
6. Kedua orang tua serta kedua saudara kandung Penulis yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dukungan, motivasi, perhatian, dan selalu mendampingi penulis selama penulisan laporan skripsi ini.
7. Rekan-rekan mahasiswa yang telah memberikan dorongan semangat selama ini, serta semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan baik dari segi isi, metodologi, maupun sistematikanya. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca guna menyempurnakan segala kekurangan dalam penyusunan penelitian ini.

Badung, 20 Juli 2023



Gusti Ayu Made Wanda Natia Handayani

## DAFTAR ISI

<b>TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>PRAKATA .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.5 Sistematika Penulisan.....	14
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>16</b>
2.1 Landasan Teori .....	16
2.1.1 Perilaku Konsumen .....	16

2.1.2 Faktor - faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pelanggan .....	19
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	28
2.1.4 Listrik.....	31
2.1.5 Migrasi Pelanggan.....	37
2.2 Penelitian Terdahulu .....	41
2.3 Kerangka Konsep dan Hipotesis .....	47
2.3.1 Kerangka Konseptual .....	47
2.3.2 Hipotesis Penelitian.....	49
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>50</b>
3.1 Lokasi Penelitian .....	50
3.2 Objek Penelitian .....	50
3.3 Populasi Dan Sampel .....	51
3.4 Data Penelitian .....	53
3.4.1 Jenis Data .....	53
3.4.2 Sumber data.....	54
3.4.3 Metode Pengumpulan Data .....	55
3.5 Variabel Penelitian .....	56
3.5.1 Variabel Bebas ( <i>Independent</i> ).....	56
3.5.2 Variabel terikat ( <i>dependen</i> ).....	58
3.6 Analisis Data .....	59
3.6.1 Uji Instrumen .....	59
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	61
3.6.3 Analisis Deskriptif Persentase.....	64
3.6.4 Uji Regresi Linier Berganda .....	65
3.6.5 Uji Hipotesis .....	66

<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>70</b>
4.1 Gambaran Umum PT PLN UP3 Bali Selatan .....	70
4.2 Hasil Analisis dan Pembahasan.....	83
4.2.1 Karakteristik Responden .....	83
4.2.2 Uji Instrumen Penelitian .....	86
4.2.3 Analisis Data .....	88
a. Analisis Statistik Variabel.....	88
b. Uji Asumsi Klasik.....	98
c. Analisis Regresi Berganda .....	101
d. Uji Hipotesis .....	103
4.2.4 Pembahasan.....	108
a. Pengaruh Faktor Budaya Terhadap Keputusan Migrasi Listrik Prabayar.....	108
b. Pengaruh Faktor Sosial Terhadap Keputusan Migrasi Listrik Prabayar.....	109
c. Pengaruh Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Migrasi Listrik Prabayar.....	110
d. Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Migrasi Listrik Prabayar.....	111
e. Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis Terhadap Keputusan Migrasi Listrik Prabayar .....	112
f. Faktor psikologis yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan migrasi listrik prabayar pada PT PLN (Persero) UP3 Bali Selatan.....	113
4.3 Implikasi Hasil Penelitian .....	114
4.3.1 Implikasi Teoritis .....	114
4.3.2 Implikasi Praktis .....	115

<b>BAB V PENUTUP</b> .....	116
5.1 Simpulan .....	116
5.2 Saran.....	117
5.2.1    Saran Teoritis.....	117
5.2.2    Saran Praktis .....	117

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Pelanggan Listrik Prabayar dan Pascabayar.....	5
Tabel 1. 2 Biaya Perubahan Daya.....	8
Tabel 3. 1 Jumlah Pelanggan Migrasi Prabayar.....	51
Tabel 3. 2 Jumlah Anggota Sampel (Orang).....	53
Tabel 3. 3 Skala Likert.....	56
Tabel 3. 4 Kriteria dan Kategori Penilaian Jawaban Kuisisioner.....	65
Tabel 3. 5 Pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi.....	68
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	83
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	84
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah Tempat Tinggal.....	85
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	86
Tabel 4. 5 Hasil Validitas Uji Variabel.....	87
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	88
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Mengenai Faktor Budaya.....	90
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Mengenai Faktor Sosial.....	91
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Mengenai Faktor Pribadi.....	93
Tabel 4. 10 Tanggapan Responden Mengenai Faktor Psikologis.....	95
Tabel 4. 11 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pelanggan.....	97
Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas.....	98
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikoliniertitas.....	99
Tabel 4. 14 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	100
Tabel 4. 15 Hasil Uji Regresi.....	102
Tabel 4. 16 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	104
Tabel 4. 17 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	105

Tabel 4. 18 Nilai R dan R-Square ( $R^2$ ) .....	106
Tabel 4. 19 Variabel Paling Dominan.....	107

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pelanggan Migrasi ke Listrik Prabayar Tahun 2019 – 2022 .	6
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual .....	48
Gambar 4. 1 Logo PT PLN (Persero) .....	73
Gambar 4. 2 Bidang Persegi Vertikal .....	74
Gambar 4. 3 Petir atau Kilat.....	75
Gambar 4. 4 Tiga Gelombang.....	75
Gambar 4. 5 Struktur Organisasi PT PLN UP3 Bali Selatan.....	76
Gambar 4. 6 Uji Heteroskedastisitas.....	101



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuisisioner

Lampiran 2 Tabulasi Data

Lampiran 3 jumlah pelanggan prabayar dan pascabayar

Lampiran 4 Jumlah Pelanggan Migrasi Prabayar

Lampiran 5 Perhitungan jumlah sampel yang digunakan

Lampiran 6 Jadwal Kegiatan

Lampiran 7 Karakteristik Responden

Lampiran 8 Frekuensi dan Statistik Deskriptif

Lampiran 9 Uji Validitas

Lampiran 10 Uji Realibilitas

Lampiran 11 Uji Asumsi Klasik

Lampiran 12 Analisis Regresi Linear Berganda, Determinasi, F dan T

Lampiran 13 Daftar Riwayat Hidup Peneliti

Lampiran 14 Surat Keterangan Perubahan Judul

Lampiran 15 Proses Bimbingan

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia merupakan negara berkembang dengan pertumbuhan penduduk yang tinggi. Seiring dengan bertambahnya tingkat populasi penduduk Indonesia dan pertumbuhan ekonomi maka dunia usaha pun mengalami perkembangan yang begitu pesat. Untuk menghadapi tantangan – tantangan di era globalisasi saat ini, perusahaan dituntut untuk selalu menciptakan inovasi – inovasi baru agar dapat bertahan dalam persaingan bisnis. Di dunia bisnis, keputusan pelanggan merupakan suatu hal yang penting untuk diperhatikan karena hal tersebut akan menjadi pertimbangan bagaimana strategi pemasaran yang akan dilakukan oleh perusahaan berikutnya. Perilaku konsumen merupakan bagaimana seseorang baik secara individu maupun kelompok dalam mempertimbangkan, memilih, membeli, memanfaatkan, hingga melakukan evaluasi sebuah produk ataupun jasa dalam rangka memenuhi kebutuhan mereka.

Salah satu perusahaan yang melakukan inovasi untuk meningkatkan kualitas produk dan layanannya yaitu PT PLN (Persero) dengan menghadirkan program listrik Prabayar atau juga disebut listrik pintar. PT PLN (Persero) merupakan perusahaan listrik satu-satunya di Indonesia yang memberikan pelayanan kepada

seluruh rakyat Indonesia agar mampu menikmati listrik. Hampir seluruh masyarakat di Indonesia merasa ketergantungan akan kehadiran listrik dikarenakan listrik mempunyai peranan hampir di segala aspek kehidupan manusia, baik itu dalam lingkup rumah tangga, instansi – instansi pemerintah, perkantoran, industri dan bidang lainnya. Apabila suatu negara tidak memiliki energi listrik maka negara tersebut tidak berkembang dan bahkan bisa menjadi negara tertinggal, maka dari itu energi listrik sangat berperan penting dalam perkembangan suatu negara. Mengingat pentingnya listrik bagi kehidupan maka PT. PLN (Persero) harus tetap memperhatikan kualitas produk dan jasa yang ada, sehingga pembangunan dapat berjalan dengan efektif dan efisien.

Pada awalnya, pelanggan PT PLN (Persero) hanya menggunakan program pelayanan listrik pascabayar. Program pascabayar dimana kita bisa menggunakan layanan listrik sepuasnya terlebih dahulu kemudian sistem pembayarannya dilakukan pada akhir bulan sesuai dengan daya yang digunakan. Dengan menggunakan listrik pascabayar, PT PLN (Persero) harus melakukan pencatatan meter, menghitung dan menerbitkan rekening tagihan yang harus dibayar pelanggan di setiap bulannya, melakukan penagihan kepada pelanggan yang terlambat atau tidak membayar rekening listrik setelah waktu tertentu bahkan melakukan pemutusan aliran listrik. Kurangnya kesadaran masyarakat untuk membayar rekening listrik tepat waktu menyebabkan jumlah tunggakan masih sangat besar.

Pada tahun 2009 PT. PLN (Persero) secara resmi menghadirkan program listrik Prabayar atau disebut juga listrik pintar. Berbeda dengan listrik pascabayar, program listrik Prabayar yaitu program listrik yang layanan pembayarannya dilakukan di

awal untuk membeli energi listrik yang akan dikonsumsi sehingga pelanggan dapat mengontrol secara mandiri penggunaan listrik sesuai dengan anggaran yang dimiliki. Listrik pintar memiliki lima keunggulan yaitu pemakaian listrik dapat disesuaikan dengan anggaran belanja, pelanggan lebih mudah mengendalikan pemakaian listrik, tidak akan terkena biaya keterlambatan, privasi lebih terjaga, jaringan luas untuk pembelian listrik isi ulang.

Faktor – faktor yang melatarbelakangi PT. PLN (Persero) menciptakan kebijakan layanan listrik Prabayar antara lain karena semakin banyaknya pelanggan yang menunggak akibat dari menurunnya kemampuan ekonomi masyarakat dalam membayar tagihan rekening listrik. Selain itu, adanya keluhan pelanggan mengenai lonjakan tagihan listrik secara tiba – tiba, pembacaan meter yang kurang akurat, ketidaknyamanan yang dirasakan akibat kedatangan petugas PLN dan lainnya. Dengan adanya program listrik Prabayar akan mempermudah pelanggan dalam pengontrolan penggunaan listrik, memungkinkan konsumen memilih kapan mereka membeli isi ulang energi listrik, bagaimana cara membelinya dan berapa besar isi ulang yang akan dibelinya. Beda halnya dengan layanan Pascabayar karena dalam layanan listrik ini sudah ditentukan kapan dan besar nominal yang harus dibayar. Selain berinovasi, PT PLN (Persero) juga terus mengevaluasi hasil dari produk listrik Prabayar. Kualitas listrik Prabayar menjadi hal yang penting dalam membentuk loyalitas serta menarik minat pelanggan untuk beralih menggunakan program listrik ini.

Mekanisme pada listrik pintar (Prabayar) sendiri berbeda dengan mekanisme listrik Pascabayar sebelumnya. Mekanisme listrik Prabayar hampir sama dengan

pengisian pulsa isi ulang pada telepon seluler dimana pada sistem listrik Prabayar, pelanggan juga terlebih dahulu membeli token (voucher listrik isi ulang) yang terdiri dari 20 digit nomor yang bisa diperoleh melalui aplikasi PLN Mobile, loket-loket pembayaran tagihan listrik online ataupun melalui gerai ATM sejumlah bank. Kemudian 20 digit nomor token tadi dimasukkan ke dalam KWH (*Killo Watt Hours*) meter khusus yang disebut dengan meter Prabayar. Setelah itu, melalui layar meteran listrik Prabayar akan ditampilkan beberapa informasi penting terkait penggunaan listrik yang kemudian bisa langsung dibaca oleh pelanggan. Awalnya untuk minimal pembelian pulsa token listrik ini adalah Rp 20.000 namun saat ini sudah tersedia harga pulsa token terbaru yaitu minimal Rp 5.000.

PT. PLN (Persero) UP3 Bali Selatan merupakan bagian dari PT. PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Bali yang memiliki jumlah pelanggan paling banyak dibandingkan area lainnya yaitu sekitar 844.216 pelanggan. Kantor PT PLN (Persero) UP3 Bali Selatan yang berlokasi di Jalan PB. Sudirman No 2 (Jalan Sutoyo) Denpasar ini melayani kebutuhan listrik masyarakat seperti pengajuan pemasangan listrik, pengajuan naik tegangan atau tambah daya, cek tagihan listrik PLN, pembayaran listrik hingga komplain untuk wilayah Kabupaten Badung, Tabanan dan Denpasar. Berikut adalah data jumlah pelanggan listrik pascabayar dan Prabayar pada PT. PLN (Persero) UP3 Bali:

Tabel 1. 1 Jumlah Pelanggan Listrik Prabayar dan Pascabayar  
PT PLN Area UP3 Bali Selatan Tahun 2019 – 2021

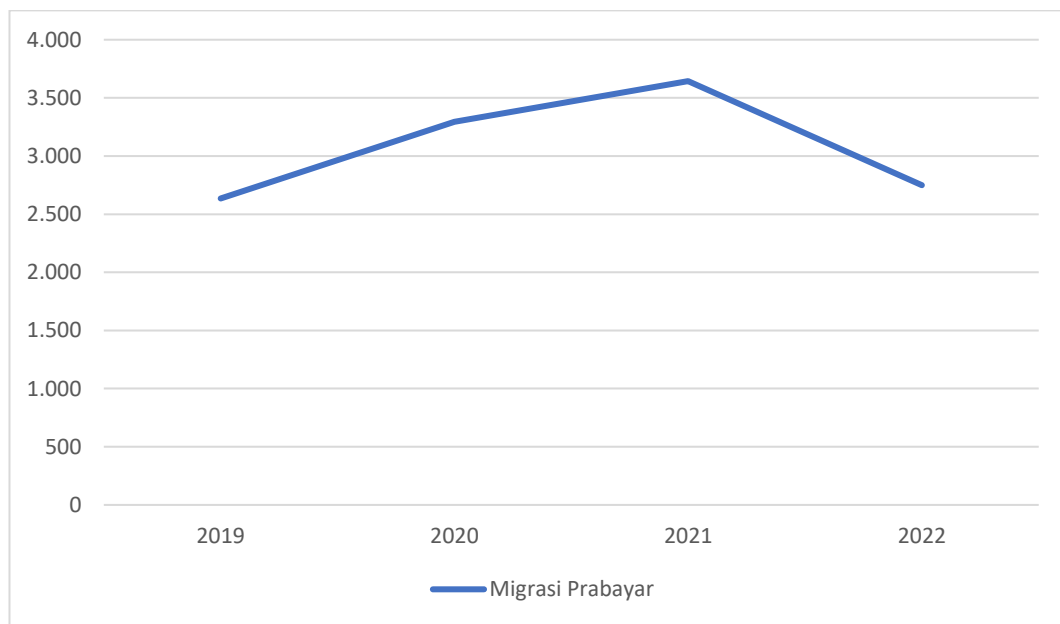
Tahun	Prabayar	Pertumbuhan	Pascabayar	Pertumbuhan
2019	460.538		300.171	
2020	496.890	36.352	296.818	- 3.353
2021	525.279	28.389	292.717	- 4.101
2022	554.199	28.920	290.017	- 2.700
	Total	93.661	Total	-10.154

*Sumber: PT. PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Bali*

Gambar 1.1 menunjukkan jumlah pelanggan listrik prabayar dari tahun 2019 hingga 2020 mengalami peningkatan sebesar 7.9%, dari tahun 2020 hingga tahun 2021 mengalami peningkatan sebesar 5.7%, dan dari tahun 2021 hingga tahun 2022 mengalami lagi peningkatan sebesar 5.5%. Sedangkan untuk listrik pascabayar dari tahun 2019 hingga 2020 mengalami penurunan sebesar 1.1%, dari tahun 2020 hingga tahun 2021 mengalami lagi penurunan sebesar 1.4%, dan dari tahun 2021 hingga tahun 2022 mengalami lagi penurunan sebesar 0.9%. Jumlah pelanggan listrik prabayar terus meningkat di setiap tahunnya, peningkatan pelanggan prabayar terdiri dari pelanggan pasang baru dan pelanggan yang melakukan migrasi dari pascabayar ke prabayar. Untuk jumlah pelanggan listrik pascabayar mengalami penurunan dari tahun ke tahun, namun persentase penurunan listrik pascabayar tidak sebanyak dibandingkan dengan jumlah peningkatan listrik prabayar. Penurunan jumlah pelanggan listrik pascabayar salah satunya diakibatkan karena adanya pelanggan yang melakukan migrasi dari listrik pascabayar ke listrik prabayar.

Berikut adalah data jumlah pelanggan yang melakukan migrasi ke Prabayar dari tahun 2019 hingga 2022 dalam bentuk grafik.

Gambar 1. 1 Jumlah Pelanggan Migrasi ke Listrik Prabayar Tahun 2019 – 2022



*Sumber: PT. PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Bali*

Berdasarkan Gambar 1.2 PT. PLN (Persero) Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan Bali Selatan, pelanggan yang melakukan migrasi dari listrik pascabayar ke listrik Prabayar periode 2019 sampai dengan 2022 sebanyak 12.321 pelanggan, jika dipersentasekan yaitu hanya sebesar 13% dari total pertumbuhan pelanggan listrik Prabayar periode 2019 – 2022. Pertumbuhan pelanggan pasang baru jauh lebih besar dibandingkan pelanggan yang melakukan migrasi Prabayar yaitu sebesar 87%. Hal ini terjadi karena PT. PLN (Persero) telah membuat suatu kebijakan dimana masyarakat yang akan melakukan pemasangan baru diwajibkan menggunakan listrik Prabayar terkecuali pelanggan tertentu yang diperbolehkan menggunakan listrik pascabayar. PT. PLN (Persero) sudah tidak merekomendasikan pemakaian

pascabayar dan terus berupaya mendorong masyarakat untuk beralih menggunakan listrik Prabayar karena memiliki banyak keuntungan antara lain mampu menekan jumlah tunggakan listrik, membantu pelanggan untuk mengendalikan pemakaian listrik, tidak akan terkena biaya keterlambatan dan terhindar dari sanksi pemutusan akibat terlambat membayar listrik. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa keputusan pelanggan untuk melakukan migrasi dari listrik pascabayar ke listrik Prabayar tergolong masih sangat rendah dan nantinya hal ini bisa berdampak pada tingginya tunggakan pajak listrik.

Program migrasi listrik Prabayar tidak dikenakan biaya penyambungan namun diwajibkan membayar stroom awal yang dikehendaki minimal Rp 5.000. Jika pelanggan migrasi Prabayar ingin melakukan perubahan daya akan dikenakan biaya tambahan. Berikut adalah data biaya perubahan daya pada PT PLN (Persero) UP3 Bali Selatan :



Tabel 1. 2 Biaya Perubahan Daya  
PT PLN UP3 Bali Selatan 2023

<b>Daya Sebelum</b>	<b>Daya Sesudah</b>	<b>Harga</b>
450	900	Rp 421.650
	1300	Rp 796.450
	2200	Rp 1.639.750
	3500	Rp 2.955.450
	4400	Rp. 3.827.550
	5500	Rp 4.893.450
900	1300	Rp 843.300
	2200	Rp. 1.218.100
	3500	Rp 2.519.400
	4400	Rp 3.391.500
	5500	Rp 4.457.400
1300	2200	Rp 843.300
	3500	Rp 2.131.800
	4400	Rp 3.003.900
	5500	Rp 4.069.800
2200	3500	Rp 1.259.700
	4400	Rp 2.131.800
	5500	Rp 3.197.700
3500	4400	Rp 872.100
	5500	Rp 1.938.000
4400	5500	Rp 1.065.900

*Sumber: PT. PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Bali*

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Jesica A. Sambuaga berjudul Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Tunggakan Rekening Listrik Pada PT. PLN (Persero) Wilayah Suluttenggo Area Manado menyatakan bahwa Pada PT. PLN (Persero) Area Manado mencatat bahwa sampai bulan Mei jumlah tunggakan pelanggan mencapai 135 Triliun dari 376.741 pelanggan yang ada di PT. PLN Area Manado. Tunggakan tersebut berasal dari kelompok pelanggan pascabayar yang berbeda mulai dari kelompok pelanggan rumah tangga sampai pada industri.

Sedangkan alasan pelanggan melakukan tunggakan sangat beragam, bahkan ada yang memang sengaja tidak mau membayar tagihan listriknya karena belum merasa puas dengan pelayanan yang dilakukan oleh PT PLN. Besarnya biaya tunggakan tersebut tentunya akan berpengaruh pada pendapatan PLN yang nantinya akan berpengaruh terhadap peningkatan kinerja dari PLN itu sendiri. PLN memberikan solusi kepada masyarakat agar segera melakukan migrasi dari meteran pasca bayar ke pra bayar. Sebab menggunakan listrik Prabayar tidak akan ada denda dan pemutusan arus listrik oleh PLN, Masyarakat akan menggunakan listrik sesuai kemampuan daya beli mereka.

Dalam mengambil suatu keputusan, setiap orang memiliki faktor - faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan terhadap suatu pembelian produk maupun jasa. Perilaku konsumen terdiri dari beberapa tahap diantaranya tahap sebelum pembelian, saat pembelian, dan tahap setelah pembelian produk atau jasa. Menurut Kotler dan Armstrong (2018:159-173) terdapat empat faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengambil keputusan yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis. Faktor - faktor tersebut akan mempengaruhi penilaian yang dilakukan oleh seseorang dalam melakukan tindakan keputusan pembelian barang atau jasa.

Faktor kebudayaan dikatakan memiliki pengaruh yang paling luas dibanding faktor - faktor lain. Peran budaya sangat mempengaruhi perilaku, keinginan, naluri, cara berfikir, persepsi, nilai, dan preferensi seseorang. Faktor Sosial berkaitan dengan hubungan – hubungan manusia dalam kemasyarakatan, hubungan antara manusia, hubungan manusia dengan kelompok, serta hubungan manusia dengan

organisasi. Selanjutnya ada faktor pribadi yang dimana perilaku seseorang sangat dipengaruhi dengan kepribadian orang tersebut yang meliputi faktor usia, kesehatan, kepribadian, gaya hidup, kondisi ekonomi, jabatan, dan konsep diri dari konsumen tersebut. Terakhir adalah faktor psikologis yang terdiri dari motivasi, persepsi, pengetahuan.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu dari Mariani dan Tuti (2018) menyatakan bahwa variabel faktor psikologis mempunyai pengaruh paling dominan terhadap keputusan pelanggan, menurut Andri Yuliansyah Putra Utama (2018) menyatakan faktor sosial memiliki pengaruh paling kuat terhadap keputusan pelanggan dan Diana Witri (2020) menyatakan bahwa faktor budaya yang paling dominan pengaruhnya terhadap keputusan. Sedangkan penelitian menurut Muhammad Rizalun Nashoha (2019) dan Rachmat Santosa (2021) menyatakan bahwa faktor pribadi tidak berpengaruh terhadap keputusan pelanggan dan menurut Dini Hardianti (2019) menyatakan bahwa faktor sosial yang tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Penelitian Arya Pradhana Fadjar Putra dan Djumarno (2020) juga menyatakan pendapat yang berbeda yaitu faktor budaya dan sosial memiliki hubungan positif namun tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan faktor personal dan psikologis memiliki hubungan positif dan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian terdahulu tersebut menunjukkan adanya research gap yang tidak konsisten (inkonsistensi) dikarenakan penelitian yang masih menunjukkan hasil beragam. Maka dari itu, perlu adanya penelitian lebih lanjut mengenai faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pelanggan khususnya pada migrasi listrik Prabayar.

Dalam mencapai suatu tujuan perusahaan, pihak PLN harus mampu membaca keinginan dan perilaku konsumen. Dengan memahami faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumen, pihak PLN dapat menambah pemahaman dalam membaca keinginan konsumen sehingga pihak PLN dapat membuat suatu strategi yang bertujuan untuk mendorong masyarakatnya beralih dari listrik pascabayar ke listrik Prabayar. Oleh karena itulah penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Faktor Budaya Sosial Pribadi Dan Psikologis Terhadap Keputusan Migrasi Listrik Prabayar Pada PT PLN (Persero) UP3 Bali Selatan”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjabaran masalah yang diuraikan pada latar belakang, maka yang dapat dirumuskan adalah:

1. Apakah faktor budaya berpengaruh secara parsial terhadap keputusan migrasi listrik Prabayar pada PT PLN (Persero) UP3 Bali Selatan?
2. Apakah faktor sosial berpengaruh secara parsial terhadap keputusan migrasi listrik Prabayar pada PT PLN (Persero) UP3 Bali Selatan?
3. Apakah faktor pribadi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan migrasi listrik Prabayar pada PT PLN (Persero) UP3 Bali Selatan?
4. Apakah faktor psikologis berpengaruh secara parsial terhadap keputusan migrasi listrik Prabayar pada PT PLN (Persero) UP3 Bali Selatan?

5. Apakah faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis berpengaruh secara simultan terhadap keputusan migrasi listrik Prabayar pada PT PLN (Persero) UP3 Bali Selatan?
6. Faktor apakah yang paling dominan pengaruhnya terhadap keputusan migrasi listrik Prabayar pada PT PLN (Persero) UP3 Bali Selatan?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat tujuan yang ingin dicapai antara lain:

1. Untuk mengetahui pengaruh faktor budaya secara parsial terhadap keputusan migrasi listrik Prabayar pada PT PLN (Persero) UP3 Bali Selatan.
2. Untuk mengetahui pengaruh faktor sosial secara parsial terhadap keputusan migrasi listrik Prabayar pada PT PLN (Persero) UP3 Bali Selatan.
3. Untuk mengetahui pengaruh faktor pribadi secara parsial terhadap keputusan migrasi listrik Prabayar pada PT PLN (Persero) UP3 Bali Selatan.
4. Untuk mengetahui pengaruh faktor psikologis secara parsial terhadap keputusan migrasi listrik Prabayar pada PT PLN (Persero) UP3 Bali Selatan.
5. Untuk mengetahui pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis secara simultan terhadap keputusan migrasi listrik Prabayar pada PT PLN (Persero) UP3 Bali Selatan.
6. Untuk mengetahui faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan migrasi listrik Prabayar pada PT PLN (Persero) UP3 Bali Selatan.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak, antara lain:

##### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini memiliki manfaat teoritis yaitu untuk menambah ilmu, wawasan serta memberikan landasan bagi para peneliti lain dalam melakukan penelitian sejenis yang berkaitan dengan faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis mempengaruhi keputusan migrasi listrik Prabayar pada PT PLN (Persero) UP3 Bali Selatan.

##### 2. Manfaat Praktis

###### a. Bagi Mahasiswa

Untuk mengaplikasikan ilmu yang telah didapat di bangku perkuliahan serta penelitian ini diharapkan memberikan wawasan dalam memahami ilmu dan memperluas pengetahuan terkait faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis yang mempengaruhi keputusan migrasi listrik Prabayar pada PT PLN (Persero) UP3 Bali Selatan.

###### b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan, masukan dan referensi bagi perusahaan dalam menciptakan dan memberikan inovasi guna meningkatkan keputusan migrasi listrik Prabayar.

c. Bagi Program Studi

Kiranya penelitian ini dapat memberikan wawasan dan pengetahuan bagi pembaca istimewa dosen dan mahasiswa yang ada di Jurusan Administrasi Bisnis serta dapat menjadi acuan atau literatur tambahan bagi penelitian selanjutnya mengenai tema yang sama.

### 1.5 Sistematika Penulisan

Dalam menyusun penelitian ini, penulis menyusun ringkasan materi yang akan dibahas agar dalam pembahasan terfokus pada pokok permasalahan dan tidak melebar ke masalah yang lain. Penelitian ini terdiri dari beberapa bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

- BAB I Dalam bab pendahuluan ini penulis membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian.
- BAB II Dalam bab kajian pustaka ini penulis menjabarkan terkait landasan teori, penelitian terdahulu, dilanjutkan dengan kerangka konsep serta hipotesis penelitian.
- BAB III Bab metodologi penelitian membahas mengenai lokasi, objek, populasi & sampel, variabel penelitian, sumber data, jenis data, metode pengumpulan data, teknik analisis data, serta sistematika penulisan.

- BAB IV Pada bab hasil dan pembahasan membahas tentang gambaran umum perusahaan yang diteliti, hasil dan pembahasan analisis serta implikasi hasil penelitian.
- BAB V pada bagian ini berisikan mengenai kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan serta saran yang bisa diberikan kepada pihak



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis terhadap keputusan migrasi listrik Prabayar pada PT PLN (Persero) UP3 Bali Selatan. Berdasarkan uraian hasil penelitian dan pembahasan maka simpulan dari penelitian ini adalah:

1. Berdasarkan hasil uji parsial dinyatakan bahwa faktor budaya tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan migrasi listrik Prabayar pada PT PLN (Persero) UP3 Bali Selatan. Hal ini ditunjukkan karena nilai  $t$  hitung lebih kecil daripada  $t$  tabel ( $-1.937 < 1.985$ ). Sedangkan
2. Faktor sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan migrasi listrik Prabayar pada PT PLN (Persero) UP3 Bali Selatan dengan nilai  $t$  hitung  $> t$  tabel ( $3.726 > 1,985$ ).
3. Faktor pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan migrasi listrik Prabayar pada PT PLN (Persero) UP3 Bali Selatan dengan nilai  $t$  hitung  $> t$  tabel ( $2.242 > 1.985$ ).
4. Faktor psikologis berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan migrasi listrik Prabayar pada PT PLN (Persero) UP3 Bali Selatan dengan nilai  $t$  hitung  $> t$  tabel ( $4.039 > 1.985$ ).

5. Faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan migrasi listrik Prabayar pada PT PLN (Persero) UP3 Bali Selatan dengan nilai F hitung sebesar 33.361.
6. Faktor psikologis merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan migrasi listrik Prabayar pada PT PLN (Persero) UP3 Bali Selatan yaitu sebesar 30,7%.

## **5.2 Saran**

### **5.2.1 Saran Teoritis**

Pada penelitian ini, ditemukan pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis terhadap keputusan migrasi listrik Prabayar pada PT PLN UP3 Bali Selatan sebesar 56,9%. Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat faktor lain yang mempengaruhi keputusan migrasi listrik Prabayar pada PT PLN UP3 Bali Selatan. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengkaji variabel lain yang juga mempengaruhi keputusan pelanggan dalam melakukan migrasi listrik ke Prabayar.

### **5.2.2 Saran Praktis**

Perusahaan disarankan agar lebih menjaga dan meningkatkan faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi, karena merupakan salah satu hal yang sangat penting untuk diperhatikan. Langkah yang bisa dilakukan PT PLN (Persero) UP3 Bali Selatan untuk meningkatkan keputusan masyarakat melakukan migrasi listrik Prabayar antara lain:

1. Faktor psikologis yang terdiri dari motivasi, persepsi, pengetahuan dan keyakinan merupakan faktor yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan migrasi listrik Prabayar pada PT PLN UP3 Bali Selatan. Oleh karena itu, sangat penting bagi PLN untuk memperhatikan pandangan tentang listrik Prabayar di benak pelanggan. Usaha yang dapat dilakukan PT PLN untuk meningkatkan keputusan migrasi listrik Prabayar melalui faktor psikologis adalah pertama, menjaga citra perusahaan khususnya terkait listrik Prabayar dengan memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen dan menjaga mutu produk sehingga pelanggan memiliki persepsi yang baik dan termotivasi untuk melakukan migrasi listrik Prabayar. Kedua, membuat iklan atau promosi yang menarik serta memperluas informasi tentang kualitas produk, fitur yang dimiliki, desain yang modern dan keuntungan lain yang didapat pada listrik Prabayar sehingga membentuk pengetahuan yang luas bagi pelanggan serta dapat menggerakkan sisi psikologis yaitu rasa ingin mencoba pada konsumen.
2. Selanjutnya ada faktor sosial yang terdiri dari kelompok acuan, keluarga dan status sosial berpengaruh sebesar 24,7% terhadap keputusan migrasi listrik Prabayar. Usaha yang dapat dilakukan PT PLN untuk meningkatkan keputusan pelanggan dalam melakukan migrasi listrik Prabayar melalui faktor sosial antara lain yaitu pertama meningkatkan program pemasaran melalui media cetak, elektronik, dan interaksi sosial langsung untuk membangun hubungan baik dengan masyarakat dengan tujuan mempengaruhi masyarakat melakukan migrasi listrik Prabayar. Kedua memberikan kesan yang baik dalam pelayanannya sehingga pelanggan merasa puas dan akan merekomendasikan

pelayanan migrasi listrik Prabayar kepada keluarga, tetangga ataupun kelompok acuan lainnya.

3. Faktor pribadi juga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan migrasi listrik Prabayar sebesar 12,1%. Untuk meningkatkan keputusan pelanggan dalam melakukan migrasi listrik Prabayar melalui faktor pribadi maka PT PLN dapat melakukan pembaharuan sistem dengan mempermudah prosedur pemasangan listrik Prabayar karena masyarakat pada umumnya menyukai gaya hidup yang praktis, produk yang inovatif dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Selain itu pihak PLN juga dapat meningkatkan pemeliharaan terkait sistem transaksi token listrik yang sering mengalami *error* dan *maintance server* di jam – jam tertentu.
4. Terakhir adalah faktor budaya yang berpengaruh secara simultan namun tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan migrasi listrik Prabayar pada PT PLN (Persero) UP3 Bali Selatan. Maka dari itu peneliti ingin memberikan saran agar pihak PT PLN (Persero) melakukan sosialisasi migrasi listrik Prabayar dengan menyertakan kegiatan keagamaan, kegiatan kesenian, kegiatan rapat (sangkep) di banjar dan kegiatan lain yang melibatkan masyarakat di lingkungan sekitar dengan tujuan untuk menjadikan migrasi listrik Prabayar sebagai suatu nilai kebiasaan konsumsi yang berkelanjutan di masyarakat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah Thamrin & Tantri Francis. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Depok: Raja Grafindo Persada.
- Abubakar, Rusydi. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Sayed Mahdi, ALFABETA: Bandung.
- Achirudin Saleh, Adnan. Pengantar Psikologi. Makassar: Penerbit Aksara Timur. 2018.
- Adi, F., Sumarwan, U., & Fahmi, I. (2017). Pengaruh Faktor Sikap, Norma Subjektif, Demografi, Sosioekonomi serta Literasi Keuangan Syariah dan Konvensional terhadap Minat Berwawancara pada Mahasiswa. *Jurnal AlMuzara'ah*, 5(1), 1-20.
- Alma H. Buchari, 2018, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Anandhitya Bagus Arianto, 2013. *Pengaruh Atribut Produk, Harga, Kebutuhan, Mencari Variasi dan Ketidakpuasan Konsumen terhadap Keputusan Berpindah Merek*. *Jurnal Aplikasi Manajemen*
- Az. Nasution, 2014, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung:PT. Citra Adiya Bakti
- Aziz, Safrudin.(2015) *Pendidikan Keluarga: Konsep dan Strategi*. Yogyakarta: Gava Media.
- Bansal, Taylor dan James. 2013. *"Migrating" to New Service Providers: Toward a Unifying Framework of Consumers Switching Behavior*. *Journal of Academy of Science*: Vol. 33 No.1 pages 96-115. I
- Bidang pelayanan pelanggan . 2022. *Data Pelanggan UP3 Bali Selatan*. PT PLN Unit Induk Distribusi Bali.

- Charles Lamb, W.et.al. 2001. Pemasaran. Edisi Pertama, Salemba Empat: Jakarta
- Cravens, D.W., & Piercy N.F. 2013, *Strategic Marketing*, 10th edition, Singapore: McGraw-Hill Companies, Inc.
- Daryanto, & Setyobudi, I. 2014. *Konsumen dan pelayanan prima*. Yogyakarta: Gava Media
- Dini Hardianti.2019. *Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee Pada Mahasiswa Fakultas*
- Edi Sutrisno. 2016. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta : Prenadamedia Group.
- Ekonomi Dan Bisnis Islam Tahun 2016* (Doctoral dissertation, Institut Agama Islam Negeri Palopo).
- Firmansyah, M. Anang. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Ghozali, I. 2018.*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS Edisi Sembilan*.Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanafie, Sri Rahaju Djatimurti Rita. 2016. Ilmu Sosial Budaya Dasar. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Hanum, N., & Safuridar, S. 2018. Analisis Kondisi Sosial Ekonomi Keluarga terhadap Kesejahteraan Keluarga di Gampong Karang Anyar Kota Langsa. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, 9(1), 42-49.
- Illyasa, A., & Alimudin, A. 2018. *Sosial, Personal, Cultural and Psychological Influence Analysis of Samsung Smartphone Purchase Decision at Samsung Experience Store WTC Surabaya*. IJIEEB International Journal of Integrated Education, Engineering and Business eISSN 2615-1596 pISSN 2615-2312, 1(2), 122-135.

- Istiaputra, T. N., & Hendratmi, A. 2020. *The Influence Of Cultural, Sosial, Personal, And Psychological Faktors Of Muslim Consumers On The Purchase Decision Of Manulife Shariah Products*. International Journal of Management, 11(6), 2058-2064.
- Jabeen, Samrena. , Abu Bakar Abdul Hamid dan Saif Ur Rehman. 2015. *Switching Intentions: A Case of Saudi Arabian Hypermarkets*. International Journal of Economics and Financial Issues, Vol. 5(Special Issue) 215-222
- Kotler, P dan Amstrong. 2018. *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Malau, Harman. 2017. *Manajemen Pemasaran. Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung : Alfabeta
- Mariani, T. 2018. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Sub Sektor Rumah Tangga Pengguna Listrik Prabayar Di Wilayah Kecamatan Kuripan Barito Kuala* (Doctoral dissertation, STIE Indonesia Banjarmasin).
- Mowen & Minor. 2013. *Perilaku Konsumen Jilid 1 Edisi kelima*. (Alih Bahasa Yoga). Jakarta
- Nashoha, M. R. 2019. *Pengaruh Faktor Kebudayaan, Sosial, Pribadi dan Psikologis terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah di Kota Yogyakarta (Studi pada Masyarakat Non Muslim Kota Yogyakarta)*. At-Taradhi: Jurnal Studi Ekonomi, 10(2), 181-201.
- Nelloh, Liza A. Maureen dan Carolina C. P. Liem. 2011. *Analisis Switching Intention Pengguna Jasa Layanan Rumah Kos Di Siwalankerto: Perspektif Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan*. Jurna Manajemen Pemasaran: Vol. 6 No. 1 April 2011: 22-31.
- Nilasari, D.R., dan Yoestini. 2012. *Analisis Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Harga Dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Perpindahan Merek*

*Sabun Lifebuoy Di Semarang*. Diponegoro Journal Of Management Volume 1, Nomor 2

Nofri, O., & Hafifah, A. (2018). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Melakukan Online Shopping Di Kota Makassar. *Jurnal Manajemen, Ide, Inspirasi (MINDS)*, 5(1), 113–132

Polar, C. M. (2015). *Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Tunggakan Rekening Listrik Pada Pt. Pln (Persero) Wilayah Suluttenggo Area Manado* (Doctoral Dissertation, Politeknik Negeri Manado). Priyatno, Duwi. 2018. *SPSS Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa & Umum*. Yogyakarta: Andi

Putra, A. P. F. 2020. *Analysis Of The Influence Of Culture, Sosial, Personal And Psychological Faktors On Consumer Decisions In Buying Bancassurance Insurance Products (Case: Bri Life Branch Of Pamulang Branch, South Tangerang City)*. *Dinasti International Journal of Education Management And Sosial Science*, 1(5), 707-715.

Santosa, R. 2021. The Influence of Cultural Faktors, Sosial Faktors, and Personal Faktors against Customer Purchase Decisions in Using Wedding Services Organizer in Surabaya. *International Journal of Review Management Business and Entrepreneurship (RMBE)*, 1(2), 77-90.

Schiffman, L. G. & Kanuk, L., L. 2018. *Perilaku Konsumen*, Edisi 7. Alih Bahasa: Zoelkifli. Jakarta : Indeks.

Setiadi, N. J. 2019. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga (Vol. 3)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Siagian, Sondang P. 2018. *Teori Motivasi dan Aplikasinya*. Jakarta : Rineka Cipta.

Sientia, L. 2013. *Faktor-Faktor yang Menyebabkan Pelanggan Melakukan Migrasi dan Tidak Migrasi Ke Listrik Prabayar Jika Dilihat Menggunakan Analisis Push Pull Mooring Faktor (Studi pada Pelanggan PT PLN (Persero) Unit*



*Layanan Salatiga*) (Doctoral dissertation, Program Studi Manajemen FEB-UKSW).

Sopiah & Sangadji, Etta Mamang. (2016). *Salesmanship (Kepenjualan)*. Jakarta: PT Bumi Aksara

Sugiyono 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabet

Tipler, A. Paul. 2012. *Physics for scientists and engineers* (5th ed). New York: W. H Freeman and Company.

Triwibowo dan M. E. Pusphandani. 2015. *Pengantar Dasar Ilmu Kesehatan Masyarakat*. Yogyakarta: Nuha Medika

Utama, A. Y. P. 2018. *Analisis pengaruh faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis terhadap keputusan pembelian polis asuransi*. MBR (Management and Business Review), 2(1), 50-61.

Wardiah, Mia Lasmi. 2016. *Teori Perilaku dan Budaya Organisasi*. Bandung: CV. Pustaka Setia

Wibowo, P., Lubis, N., & Farida, N. 2013. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Sistem Listrik Prabayar Sektor Rumah Tangga di Wilayah Semarang Selatan*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 2(3), 9-18.

Witri, D. 2022. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank Syariah Di Kota Pekanbaru* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau)