PENGARUH PROMOSI DIGITAL DAN PEMASARAN AGRESIF TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TENAGA LISTRIK MELALUI MINAT PRODUK TEMATIK PADA PT PLN (PERSERO) UP3 SITUBONDO

TESIS

Untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Magister Manajemen (MM) pada program studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember

Aditya Ristanu Wijaya

2520414064

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER

2026

PENGARUH PROMOSI DIGITAL DAN PEMASARAN AGRESIF TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TENAGA LISTRIK MELALUI MINAT PRODUK TEMATIK PADA PT PLN (PERSERO) UP3 SITUBONDO

TESIS

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Magister Manajemen

Aditya Ristanu Wijaya

2520414064

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2026

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Aditya Ristanu Wijaya

NIM : 2520414064

Prodi : Magister Manajemen

Menyatakan bahwa tesis yang berjudul **"PENGARUH PROMOSI DIGITAL DAN PEMASARAN AGRESIF TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TENAGA LISTRIK MELALUI MINAT PRODUK TEMATIK PADA PT PLN (PERSERO) UP3 SITUBONDO"**

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa tekanan atau paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia menerima sanksi akademik dan siap dituntut secara hukum, jika di kemudian hari ada pihak-pihak yang merasa dirugikan atas pernyataan yang tidak benar ini.

Jember, 19 Oktober 2026

Yang Menyatakan,



Aditya Ristanu Wijaya

NIM. 2520414064

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING

PENGARUH PROMOSI DIGITAL DAN PEMASARAN AGRESIF TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TENAGA LISTRIK MELALUI MINAT PRODUK TEMATIK PADA PT PLN (PERSERO) UP3 SITUBONDO

Oleh : Aditya Ristanu Wijaya
NIM: 2520414064

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama **:** Dr. Haris Hermawan S.E., MM

Dosen Pembimbing Pendamping **:** Dr. Ni Nyoman Putu Martini G, S.E., MM

HALAMAN PENGESAHAN

Tesis berjudul: "**Pengaruh Promosi Digital dan Pemasaran Agresif terhadap Keputusan Pembelian Tenaga Listrik melalui Minat Produk Tematik pada PT PLN (Persero) UP3 Situbondo"** telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : Senin
Tanggal : 19 Oktober 2026
Tempat : Ruang Internasional, Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji

Dr. Nurul Qomariah, MM
NPK. 1967081010603426

Anggota 1

Dr. Haris Hermawan S.E., MM
NPK. 1968101011503640

Anggota 2

Dr. Ni Nyoman Putu Martini G, S.E., MM
NPK. 1967030810203499

Mengesahkan

Dekan

Dr. Maheni Ika Sari, SE., MM
NIP. 197708112005012001

Kaprodi

Dr. Budi Santoso, SE., MM. M.Akun
NPK. 1973100911139340

MOTTO

"Beyond Electricity, We Create Opportunities : Powering Digital Promotion, Energizing Customer Interest, Driving Purchase Decisions"

PERSEMBAHAN

Puji dan syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, karunia, kesehatan, kekuatan dan kemudahan yang telah diberikan sehingga saya dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik. Setiap tahapan dalam proses penyusunan tesis ini merupakan perjalanan yang penuh dengan tantangan, pembelajaran, kesabaran, serta ketekunan yang tidak terlepas dari pertolongan dan ridho-Nya. Saya menyadari bahwa keberhasilan ini bukan semata-mata hasil dari usaha pribadi, melainkan juga berkat doa, dukungan, bimbingan, dan kasih sayang dari berbagai pihak yang senantiasa memberikan semangat dalam setiap langkah perjuangan. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur, hormat, dan ketulusan hati, tesis ini saya persembahkan kepada:

1. **Keluarga Saya Tercinta.** Terima kasih atas segala doa, kasih sayang, perhatian, serta dukungan yang tidak pernah berhenti mengiringi setiap langkah perjalanan pendidikan saya. Segala pengorbanan, nasihat, dan kepercayaan yang diberikan menjadi sumber kekuatan terbesar dalam menghadapi berbagai tantangan selama proses penyusunan tesis ini. Kehadiran keluarga senantiasa memberikan ketenangan, semangat, dan motivasi untuk terus berusaha menyelesaikan pendidikan dengan sebaik-baiknya. Saya menyadari bahwa setiap pencapaian yang diraih tidak terlepas dari ketulusan doa dan dukungan keluarga yang selalu menyertai dalam keadaan apa pun. Semoga keberhasilan ini menjadi salah satu bentuk kebahagiaan dan kebanggaan yang dapat saya persembahkan kepada keluarga tercinta.
2. **Dr. Haris Hermawan S.E., MM. selaku Dosen Pembimbing Utama dan Dr. Ni Nyoman Putu Martini G, S.E., MM. selaku Dosen Pembimbing Pendamping.** Terima kasih atas segala waktu, perhatian, kesabaran, serta ilmu pengetahuan yang telah diberikan selama proses penyusunan tesis ini. Setiap arahan, bimbingan, koreksi, dan masukan yang diberikan menjadi bagian penting dalam menyempurnakan penelitian yang saya lakukan. Bimbingan Bapak dan Ibu tidak hanya membantu saya memahami proses penelitian secara akademis, tetapi juga mengajarkan pentingnya ketelitian, kedisiplinan, tanggung jawab, dan kemampuan berpikir kritis dalam menghasilkan karya ilmiah. Saya sangat menghargai setiap kesempatan dan perhatian yang telah diberikan hingga tesis ini dapat diselesaikan dengan baik. Semoga segala ilmu, pengabdian, dan kebaikan Bapak serta Ibu senantiasa mendapatkan balasan terbaik dari Allah SWT.
3. **Dr. Nurul Qomariah, MM. selaku Dosen Penguji.** Terima kasih atas kesediaan Ibu meluangkan waktu, memberikan perhatian, serta menyampaikan berbagai kritik, saran, dan masukan yang membangun dalam proses penyempurnaan tesis ini. Setiap evaluasi dan arahan yang diberikan menjadi pembelajaran berharga bagi saya dalam meningkatkan kualitas penelitian, memperluas wawasan keilmuan, serta mengembangkan kemampuan berpikir secara kritis dan sistematis. Saya menyadari bahwa berbagai masukan tersebut merupakan bagian penting dalam proses pembentukan kualitas akademik dan kedewasaan intelektual. Semoga segala ilmu, perhatian, dan kebaikan yang Ibu berikan mendapatkan balasan terbaik dari Allah SWT.
4. **Seluruh Rekan-Rekan Saya.** Terima kasih atas segala bentuk dukungan, kebersamaan, perhatian, motivasi, serta semangat yang telah diberikan selama

perjalanan pendidikan dan proses penyusunan tesis ini. Setiap pengalaman, diskusi, pertukaran pemikiran, serta kebersamaan yang terjalin menjadi bagian berharga dalam perjalanan akademik maupun kehidupan saya. Kehadiran rekan-rekan senantiasa memberikan dorongan untuk terus belajar, berkembang, dan menghadapi berbagai tantangan dengan penuh keyakinan. Saya sangat menghargai setiap bantuan, doa, dan dukungan yang diberikan, baik secara langsung maupun tidak langsung, hingga proses penyusunan tesis ini dapat diselesaikan. Semoga hubungan baik, persaudaraan, dan kebersamaan yang telah terjalin dapat terus terjaga serta menjadi bagian dari perjalanan menuju keberhasilan pada masa mendatang.

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, hidayah, serta karunia-Nya yang senantiasa menyertai setiap langkah kehidupan penulis, sehingga tesis yang berjudul **"Pengaruh Promosi Digital dan Pemasaran Agresif terhadap Keputusan Pembelian Tenaga Listrik melalui Minat Produk Tematik pada PT PLN (Persero) UP3 Situbondo"** dapat diselesaikan dengan baik. Tesis ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember. Proses penyusunan tesis ini merupakan perjalanan akademik yang penuh dengan pembelajaran, pengalaman, tantangan, serta dukungan dari berbagai pihak yang telah memberikan kontribusi berharga kepada penulis. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. **Allah SWT**, yang senantiasa memberikan kesehatan, kekuatan, kesabaran, kemudahan, dan keberkahan sehingga penulis mampu menyelesaikan tesis ini dengan baik.
2. **Bapak Dr. Hanafi, M.Pd.**, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh pendidikan pada Program Studi Magister Manajemen.
3. **Ibu Dr. Maheni Ika Sari, S.E., M.M.**, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan dukungan, arahan, serta fasilitas akademik selama proses pendidikan.
4. **Bapak Dr. Budi Santoso, S.E., M.M., M.Akun.**, selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan, bimbingan, motivasi, serta masukan yang sangat berharga selama proses perkuliahan hingga penyusunan tesis ini.
5. **Bapak Dr. Haris Hermawan S.E., MM.**, selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan bimbingan, perhatian, motivasi, dan kemudahan berinteraktif sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik.
6. **Ibu Dr. Ni Nyoman Putu Martini G, S.E., MM.**, selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang telah memberikan bimbingan, kritik, dan saran secara berkelanjutan sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan cermat dan terampil.
7. **Ibu Dr. Nurul Qomariah, MM.**, selaku Dosen Penguji yang telah memberikan berbagai masukan, kritik, evaluasi, serta saran konstruktif demi penyempurnaan kualitas akademik dan substansi penelitian ini.
8. **Seluruh dosen Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember**, yang telah memberikan ilmu pengetahuan, wawasan, pengalaman, serta inspirasi selama penulis menempuh pendidikan.
9. **Manager UP3 PT. PLN UP3 Situbondo**, yang telah memberikan dukungan dan kesempatan kepada penulis dalam melaksanakan penelitian.
10. **Seluruh responden pada PT. PLN UP3 Situbondo**, yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan informasi dan mengisi kuesioner penelitian sehingga proses pengumpulan data dapat terlaksana dengan baik.
11. **Keluarga tercinta**, yang senantiasa memberikan doa, dukungan, perhatian, motivasi, serta semangat selama proses pendidikan dan penyusunan tesis ini. Segala bentuk

bantuan dan kebersamaan yang diberikan menjadi sumber kekuatan bagi penulis dalam menghadapi berbagai tantangan hingga menyelesaikan studi.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih memiliki berbagai keterbatasan dan belum sepenuhnya sempurna, baik dari aspek teoritis, metodologis, maupun ruang lingkup penelitian. Keterbatasan tersebut menjadi bagian dari proses pembelajaran akademik sekaligus membuka peluang bagi pengembangan penelitian selanjutnya, khususnya dalam kajian pelayanan publik berbasis teknologi digital. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat konstruktif sebagai bahan evaluasi dan penyempurnaan penelitian pada masa mendatang. Penulis juga memohon maaf apabila dalam proses penyusunan maupun penyajian tesis ini masih terdapat kekurangan dan kekhilafan.

Besar harapan penulis agar tesis ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu manajemen. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi akademisi, praktisi, pengambil kebijakan, serta instansi ketenagalistrikan PT. PLN dalam meningkatkan pertumbuhan penjualan tenaga listrik. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai pentingnya promosi digital dan pemasaran agresif sebagai mekanisme yang menghubungkan penjualan tenaga listrik dengan keputusan pembelian konsumen. Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan menjadi bagian dari upaya PT. PLN dalam mewujudkan Visi PLN : Menjadi Perusahaan Global Top 500 dan #1 Pilihan Pelanggan Untuk Solusi Energi.

Jember, 19 Oktober 2026

Aditya Ristanu Wijaya

2520414064

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL ..... **i**
HALAMAN COVER ..... **ii**
PERNYATAAN ..... **iii**
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING ..... **iv**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **v**
MOTTO ..... **vi**
PERSEMBAHAN ..... **vii**
KATA PENGANTAR ..... **ix**
ABSTRAK ..... **xi**
ABSTRACT ..... **xii**
DAFTAR ISI ..... **xiii**
DAFTAR TABEL ..... **xvi**
DAFTAR GAMBAR ..... **xvii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xviii**
BAB I **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 6
1.3 Tujuan Penelitian 6
1.4 Manfaat Penelitian 7
1.4.1 Manfaat Teoritis 7
1.4.2 Manfaat Praktis 7
1.4.3 Manfaat Kebijakan 8
BAB II **9**
2.1 *Grand Theory* 9
2.1.1 *Theory of Reasoned Action (TRA)* 9
2.1.2 *Stimulus-Organism-Response* (SOR) *Theory* 12
..... 16
2.2 Tinjauan Teori 16
2.2.1 Keputusan Pembelian 16
2.2.2 Minat Produk 20
2.2.3 Pemasaran Digital 23

2.2.4 Pemasaran Agresif 26
2.3 Tinjauan Penelitian Terdahulu 29
2.4 Kerangka Konseptual 49
2.5 Pengembangan Hipotesis 51
BAB III 54
3.1 Identifikasi Variabel 54
3.2 Definisi Operasional Variabel 55
3.2.1 Variabel Independen 55
3.2.2 Variabel Mediasi 57
3.2.3 Variabel Dependen 57
3.3 Desain Penelitian 58
3.4 Jenis Data 58
3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling 59
3.5.1 Populasi 59
3.5.2 Sampel 60
3.5.3 Teknik Sampling 60
3.6 Teknik Pengumpulan Data 61
3.7 Teknik Analisis Data 62
3.7.1 Analisis Deskriptif 62
3.7.2 Uji Validitas 63
3.7.3 Uji Reliabilitas 63
3.7.4 *Structural Equation Modeling – Partial Least Squares* (SEM-PLS) 64
BAB IV 67
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 67
4.2 Hasil Penelitian 69
4.2.1 Karakteristik Responden 69
4.2.2 Analisis Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*) 72
4.2.3 Analisis Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*) 75
4.3 Pembahasan 80
4.3.1 Pengaruh Promosi Digital terhadap Keputusan Pembelian pada PT PLN (Persero) UP3 Situbondo 80
4.3.2 Pengaruh Promosi Digital terhadap Minat Produk Tematik pada PT PLN (Persero) UP3 Situbondo 81

4.3.3 Pengaruh Pemasaran Agresif terhadap Keputusan Pembelian pada PT PLN (Persero) UP3 Situbondo 82
4.3.4 Pengaruh Pemasaran Agresif terhadap Minat Produk Tematik pada PT PLN (Persero) UP3 Situbondo 83
4.3.5 Pengaruh Minat Produk Tematik terhadap Keputusan Pembelian pada PT PLN (Persero) UP3 Situbondo 85
4.3.6 Peran Minat Produk Tematik dalam Memediasi Pengaruh Promosi Digital terhadap Keputusan Pembelian pada PT PLN (Persero) UP3 Situbondo 86
4.3.7 Peran Minat Produk Tematik dalam Memediasi Pengaruh Pemasaran Agresif terhadap Keputusan Pembelian pada PT PLN (Persero) UP3 Situbondo 87
BAB V 89
5.1 Kesimpulan 89
5.2 Implikasi Penelitian 90
5.2.1 Implikasi Manajerial 90
5.2.2 Implikasi Teoritis 91
DAFTAR PUSTAKA 93
LAMPIRAN 98

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Ringkasan Hasil Penelitian yang dilakukan oleh (Tonda *et al*, 2024)..... 30
Tabel 2.2 Ringkasan Hasil Penelitian yang dilakukan oleh (Alkaraan *et al*, 2024)..... 31
Tabel 2.3 Ringkasan Hasil Penelitian yang dilakukan oleh (Nesterenko *et al*, 2023) 32
Tabel 2.4 Ringkasan Hasil Penelitian yang dilakukan oleh (Oklander *et al*, 2024)..... 33
Tabel 2.5 Ringkasan Hasil Penelitian yang dilakukan oleh (Roddy, 2019) 34
Tabel 2.6 Ringkasan Hasil Penelitian yang dilakukan oleh (Pa *et al*., 2025)..... 35
Tabel 2.7 Ringkasan Hasil Penelitian yang dilakukan oleh (Garousi *et al*, 2022)..... 36
Tabel 2.8 Ringkasan Hasil Penelitian yang dilakukan oleh (Situmorang *et al*., 2025)..... 37
Tabel 2.9 Ringkasan Hasil Penelitian yang dilakukan oleh (Wibawa *et al*., 2022)..... 38
Tabel 2.10 Ringkasan Hasil Penelitian yang dilakukan oleh (Mishra *et al*., 2024) 39
Tabel 2.11 Ringkasan Hasil Penelitian yang dilakukan oleh (Pa *et al*., 2025)..... 40
Tabel 2.12 Ringkasan Hasil Penelitian yang dilakukan oleh (Garousi *et al*, 2022)..... 41
Tabel 2. 13 Ringkasan Hasil Penelitian yang dilakukan oleh (Bläse *et al*., 2024)..... 42
Tabel 2.14 Ringkasan Hasil Penelitian yang dilakukan oleh (Liu *et al*, 2024)..... 43
Tabel 2.15 Ringkasan Hasil Penelitian yang dilakukan oleh (Kim *et al*, 2023)..... 44
Tabel 2.16 Ringkasan Hasil Penelitian yang dilakukan oleh (Mishra *et al*., 2024) 45
Tabel 2.17 Ringkasan Hasil Penelitian yang dilakukan oleh (Titova *et al*, 2024) 46
Tabel 2.18 Ringkasan Hasil Penelitian yang dilakukan oleh (Hai, 2023)..... 47
Tabel 2.19 Ringkasan Hasil Penelitian yang dilakukan oleh (Rodriguez *et al*., 2022)..... 48
Tabel 2.20 Ringkasan Hasil Penelitian yang dilakukan oleh (Arsyad *et al*., 2025)..... 49
Tabel 3.1 Pembobotan Skala *Six-Point Scale*..... 63
Tabel 3.2 Rentang Skala Analisis Deskriptif..... 64
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... 71
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 71
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir 71
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pelanggan PLN 72
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Daya Listrik yang Digunakan 72
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Pelanggan PLN..... 73
Tabel 4.7 Hasil *Outer Loading* 74
Tabel 4.8 Hasil Uji *Discriminant Validity Heterotrait-Monotrait Rasio* (HTMT)..... 74
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas dan Validitas Konvergen 75
Tabel 4.10 Hasil Uji *Variance Inflation Factor* (VIF)..... 76
Tabel 4.11 Nilai R-*Square* 77
Tabel 4.12 Hasil Uji Model Fit..... 78
Tabel 4.13 Hasil Uji *Bootstrapping* dan Pengujian Hipotesis..... 78
Tabel 4.14 Ringkasan Analisis Mediasi 80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.2 Penjualan Tenaga Listrik per Triwulan PT. PLN UP3 Situbondo 3
Gambar 4.1 Hasil Uji *Inner Model* Nilai R-*Square*..... 77

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian 99
Lampiran 2. Data Mentah 104
Lampiran 3. Hasil Pengujian 107

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER