

# **BAB I**

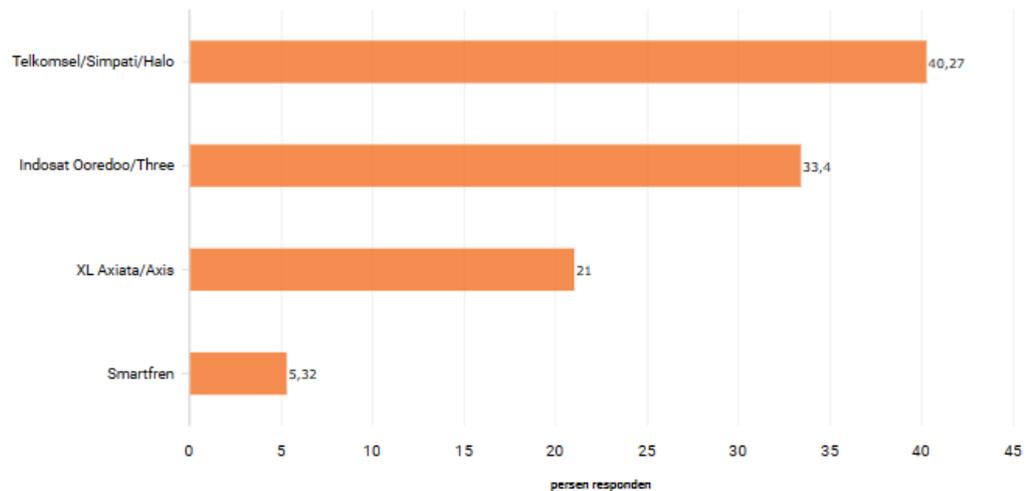
## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Selama beberapa tahun terakhir, telah terjadi perubahan dari penggunaan telepon rumah berkabel menjadi penggunaan telepon seluler. Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan bahwa persentase pengguna telepon seluler di Indonesia pada tahun 2023 mencapai 67,29%. Angka ini mengalami penurunan sebesar 0,59% dibandingkan tahun sebelumnya yang sebesar 67,88%. DKI Jakarta tercatat sebagai provinsi dengan kepemilikan telepon seluler tertinggi pada tahun 2023 yaitu sebesar 82,47% (Susilo, 2024). Penggunaan telepon seluler tidak hanya membatasi penggunaannya untuk melakukan komunikasi melalui telepon ataupun pesan singkat, namun juga untuk mengakses internet.

Internet merupakan salah satu bagian penting dari kehidupan manusia. Jumlah pengguna internet di Indonesia semakin meningkat setiap tahunnya. Hal ini dibuktikan berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia hampir mencapai 216 juta orang pada periode 2022-2023. Jumlah tersebut meningkat sebanyak 2,67% jika dibandingkan dengan periode sebelumnya yaitu sebesar 210,03 juta orang pengguna. Jumlah pengguna internet tersebut setara dengan 78,19% dari total populasi masyarakat Indonesia yaitu sebanyak 275,77 juta jiwa. Persentase tersebut lebih tinggi 1,17% poin dibandingkan pada 2021-2022 yang sebesar 77,02%. Berdasarkan kategori provinsi, penetrasi pengguna internet tertinggi atau diatas 80

persen berada pada Provinsi Banten dengan 89,10 persen dan diikuti oleh DKI Jakarta dengan 86,96 persen (Sadya, 2023).



**Gambar 1. 1 Operator Seluler yang Paling Banyak Digunakan (2023)**

Sumber: Databoks (2023)

Menurut survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), Telkomsel merupakan operator seluler yang paling banyak digunakan di Indonesia pada awal 2023. Dari 8.510 orang responden yang tersebar dari 38 provinsi yang ada di Indonesia, sebanyak 40,27% merupakan pengguna operator seluler Telkomsel, Simpati, Kartu Halo, ataupun ByU. Sementara itu untuk Indosat Ooredoo dan Three berada di sekitar 33,4% pengguna, lalu disusul oleh XL Axiata dan Axis sebesar 21% pengguna, dan yang terakhir ialah Smartfren dengan jumlah pengguna paling sedikit yaitu sebesar 5,32% pengguna di Indonesia (Databoks, 2023).

Telkomsel dinobatkan menjadi operator seluler terbaik di Indonesia oleh OpenSignal dengan meraih empat kategori periode Januari sampai Juni 2023. Keempat kategori yang dimaksud di antaranya ialah *Best Mobile Network*, *Best Mobile Coverage*, *Fastest Mobile Network*, *Top-Rated Mobile Network*, *Best Mobile*

*Video Experience*, dan juga *Best Mobile Gaming Experience*. Selain itu dalam laporan Ookla periode Januari - Juni 2023, Telkomsel juga mengukuhkan posisinya pada kategori *Best Mobile Coverage* dengan capaian *coverage score* 887, di mana pada kategori tersebut Telkomsel dinilai sebagai operator yang memiliki cakupan infrastruktur yang merata dan mampu menyediakan konektivitas yang dapat diandalkan, bahkan di daerah-daerah dengan tantangan geografis sekalipun. Dimana sekitar 98% pelanggannya telah terlayani oleh jaringan broadband 4G/LTE Telkomsel (Detik.com, 2023).

Telkomsel merupakan salah satu perusahaan operator telekomunikasi seluler di Indonesia yang diluncurkan pada tahun 1995 oleh PT Telekomunikasi Indonesia Tbk (Telkom). Dalam meningkatkan pelayanannya kepada pelanggan, Pada tahun 2013 Telkomsel melebarkan sayapnya ke ranah layanan digital dengan meluncurkan aplikasi mobile yang dinamakan MyTelkomsel. Aplikasi MyTelkomsel tersebut dirancang dengan prinsip *customer-centricity*, yang merupakan pendekatan pemasaran yang memprioritaskan kebutuhan pengguna. Aplikasi ini dikembangkan dengan tujuan untuk mengikuti perkembangan teknologi digital serta memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi pengguna dalam mengakses beragam informasi dan layanan dari Telkomsel. Melalui aplikasi MyTelkomsel, pelanggan dapat memenuhi segala kebutuhan, termasuk berlangganan paket internet, memeriksa pulsa dan sisa kuota, menukarkan Telkomsel POIN, serta melakukan reservasi kunjungan ke GraPARI. Selain itu, aplikasi ini juga mengintegrasikan pembayaran digital, seperti LinkAja, Gopay, Dana, Shopeepay, dan OVO (Patmalasari & Indriyanti, 2021).

Selaras dengan tujuan dibuat dan dikembangkan nya aplikasi MyTelkomsel dapat dibuktikan dengan ulasan-ulasan para penggunanya di media sosial. Seperti yang dituliskan oleh akun @berburusales pada media sosial X (twitter) bahwa terdapat *event* bulanan yang dapat diikuti oleh seluruh pengguna MyTelkomsel untuk mendapatkan gratis kuota 15GB dengan menukarkan POIN yang sudah dikumpulkan sebelumnya. Selain itu pada akun @tanyakanrl juga menuliskan bahwa pada aplikasi MyTelkomsel tersedia fitur permainan yang bernama *lifhack* yang dapat mengisi waktu luang para pengguna nya serta mendapatkan keuntungan berupa *grandprize*.

Namun, meskipun dilengkapi dengan berbagai fitur yang memudahkan pelanggan, aplikasi MyTelkomsel masih mendapatkan kritik dan respon negatif dari para penggunanya. Masih ditemukan beberapa keluhan dari pengguna yang dapat kita jumpai di berbagai akun sosial media Telkomsel dan MyTelkomsel serta ulasan pada Google Play Store. Permasalahan yang terjadi membuat pengguna kesulitan untuk melakukan pembelian produk layanan yang tersedia pada aplikasi tersebut. Beberapa keluhan dan ungkapan rasa tidak puas dituangkan nasabah pada akun media sosial X (twitter) @Telkomsel seperti dibawah ini.

**Tabel 1. 1 Keluhan Pengguna di X (Twitter)**

<b>Nama Pengguna</b>	<b>Cuitan</b>
@bxxxxxxx	“Beli paket internet di mytelkomsel dari 2 hari lalu, sampe sekarang ga masuk masuk. Kasi solusi napa @Telkomsel”
@pxxxxxxx	“app mytelkomsel ini kebanyakan animasi2 ga penting yg bikin berat loadingnya. Kmaren cek kuota masi 6gb, tak refresh2 ttp segitu, akhirnya santai scroll twitter bentar trs tbtb gamau load grgr kuotanya habis. smh”
@lxxxxxxxxxxx	“Beli paket data senilai 70rb di aplikasi my telkomsel @Telkomsel, pulsa terpotong tapi paket data tidak masuk”
@sxxxxxxx	“@Telkomsel halo ini aplikasi mytelkomsel tidak bisa klaim reward ya?”

Sumber : Akun X (Twitter) resmi @Telkomsel (2023)

Saat menggunakan aplikasi MyTelkomsel, banyak pengguna yang memiliki keluhan terhadap aplikasi tersebut. Diantaranya tidak munculnya notifikasi berhasil atau gagal nya transaksi, aplikasi yang terasa berat karena tampilan update terbaru, dan lain sebagainya. Keluhan lainnya dapat ditemukan pada sosial media Instagram @mytelkomsel dibawah ini.

**Tabel 1. 2 Keluhan Pengguna di Instagram**

Nama Pengguna	Komentar
@sxxxxxxxxxx	“Aplikasi myTelkomsel kenapa Cuma bisa dibuka pake jaringan tsel sih? Jelek banget. Nyusahin. Mau beli paket aja bikin stress gara-gara gamau loading”
@nxxxxxxxxxx	“Maaf kak beli paket di my Telkomsel, pulsanya udah kepotong tapi kuotanya gak masuk..”
@uxxxxxxxxxxxxxx	“giliran ada masalah mytelkomsel dr dulu suru dm, giliran udh di dm gaperna bales hadee”
@rxxxxxxxxxx	“@mytelkomsel Saya Mau Beli Paket Malam Tapi Pembelian Saya Gagal Dan Ngak ada Respon/Notif Pembelian Berhasil, Bagaimana Ini Min @mytelkomsel ? Kondisi Paket Malam Saya Sudah Mau Habis

Sumber: Akun Instagram resmi @mytelkomsel (2023)

Keluhan para pengguna aplikasi MyTelkomsel di sosial media sejalan dengan penilaian yang diberikan oleh pengguna di Google Play Store, di mana aplikasi tersebut memiliki *rating* 4,2. Jika dibandingkan dengan aplikasi *mobile* lainnya, seperti bima+ dari Three (4.6), dan myXL dari XL Axiata (4.5), mySf dari Smartfren (4,4), myIM3 dari IM3 Ooredoo (4,4), dan aplikasi MyTelkomsel berada pada peringkat terbawah. Berikut perbedaan *rating* dari masing-masing aplikasi.

**Tabel 1. 3 Rating di Google Play Store**

Aplikasi Mobile	Nilai di Google Play Store
Bima+ (Three)	4.6
MyXL	4.5
mySf (Smartfren)	4.4

myIM3	4.4
MyTelkomsel	4.2

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2023)

Berdasarkan penilaian tersebut, diketahui bahwa aplikasi MyTelkomsel memiliki *rating* yang kurang baik pada Google Play Store. Selaras dengan hal tersebut, bahwa masih terdapat beberapa ulasan pengguna di Google Play Store yang menyampaikan keluhan mereka terkait kualitas layanan aplikasi MyTelkomsel. Beberapa keluhan diantaranya meliputi aplikasi MyTelkomsel yang tidak efisien dalam memenuhi kebutuhan pelanggan (efisiensi), kurangnya responsivitas layanan pelanggan dalam menangani kendala dan menyediakan solusi terbaik (responsivitas), ketersediaan sistem layanan yang sering mengalami eror (ketersediaan), dan ketidakmampuan sistem untuk memproses transaksi pelanggan (pemenuhan). Berikut ini merupakan keluhan pengguna pada kolom ulasan di Google Play Store.

**Tabel 1. 4 Ulasan Pengguna di Google Play Store**

Pengguna	Ulasan	Isu
Bxxx Yxxxxxxx	“Fitur semakin kaya dan variatif, Kemudahan dan user experience perlu perbaikan. Mau cek paket aktif dan cek masa aktif kartu susah cari informasinya, yg ditonjolkan pada tampilan dan menu hanya jualan semua isinya. Tolong menu informasi bagi user ditingkatkan.” (02/10/2023)	<i>e-Service Quality</i>
Cxxxx Pxxxxx	“Semenjak diperbarui, setiap mau masuk aplikasi harus login ulang terus. Jadi kurang nyaman, terus waktu tunggu aplikasi ready sama menu tampilannya juga lumayan lama kadang harus di refresh ulang. Tolong dong ini kenapa kualitas aplikasinya menurun ya semenjak diperbarui, mana sering banget ada pembaruan aplikasi lagi. Hadehhh” (10/10/2023)	<i>e-Service Quality</i>
Dxxxx Dxxxxxxxx	“Pulsa saya hilang, di cek di transaksi ga ada beli paket sejak top up pulsa! Dicari fitur pemberitahuan transaksi kuota juga ga ada ehh pas di liat di transaksi pulsa ada tulisan ‘pembelian VAS’ gak tau itu fitur apaan. Liat informasi di google, ketemu tuh. Please! Saya gak berminat dengan hal kek gitu. Alasan pake apk ini juga biar ga perlu ke konter. Tolonglah walaupun ada fitur	<i>e-Service Quality</i>

Pengguna	Ulasan	Isu
	jaga pulsa, minimal kalo fitur itu belum diaktifkan pun, harus tetep ada notif transaksinya! Kecewa berat” (15/11/2023)	
Wxxxx Axx	“Interface terbaru sangat membingungkan, informasi sisa paket data tidak real time. Setiap membuka informasi sisa paket data yang ditampilkan selalu sisa paket data yang sudah berbulan-bulan yang lalu bukan yang aktif saat ini. Sudah di refresh berkali-kali pun tetap seperti itu. Aneh” (18/12/2023)	<i>e-Service Quality</i>
Hxxx Sxxxxxxxx	“Saya turinin lagi bintang nya... sedikit kecewa, beli kuota 24gb yang lite dan ga bisa dipake untuk penambahan usb... harusnya kasih deskripsi kalau tidak bisa dipake buat penambatan” (25/12.2023)	<i>e-Service Quality</i> <i>e-Satisfaction</i>

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2023)

Aplikasi MyTelkomsel di Google Play Store mendapatkan penilaian yang relatif rendah dibanding aplikasi layanan lainnya. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Gusfei dan Pradana (2022) yang menyatakan bahwa kualitas layanan elektronik sangat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pengguna elektronik. Kualitas layanan elektronik tidak hanya mempengaruhi tingkat kepuasan elektronik, tetapi juga memengaruhi tingkat loyalitas elektronik pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari ulasan salah satu pengguna di Google Play Store, berikut yang menunjukkan bahwa pelanggan mungkin tidak akan tetap menjadi pelanggan setia karena ketidakpuasan yang mereka alami.

**Tabel 1. 5 Ulasan Pengguna di Google Play Store**

Pengguna	Ulasan	Isu
Axxxx Lxxxxxx	“Pergantian untuk nomor hp telkomsel lebih dari 1 sudah hilang menunya setelah di update, dan antarmuka masih yang lama lebih mudah dan friendly.. Makin kemarin updatenya makin jelek saja.. Malah setelah komplain ke veronika, disarankan ganti service provider lainnya saja.. Aneh.. Pantas aplikasinya makin bikin pusing dan aneh saja.. wkwkwkw..” (20/12/2023)	<i>e-Loyalty</i>

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2023)

Berdasarkan ulasan tersebut, terlihat bahwa kualitas layanan yang kurang memuaskan pelanggan dapat menyebabkan penurunan tingkat loyalitas pelanggan

terhadap layanan elektronik. Hal ini tercermin dari keinginan pelanggan untuk beralih ke *service provider* yang lain. Ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Answer et al. (2023), Khan et al. (2023), Sasono et al. (2023), dan Widodo dan Avania (2023) yang menegaskan bahwa kualitas layanan elektronik memengaruhi tingkat loyalitas elektronik.

Selain itu, ulasan tersebut menggambarkan bahwa *e-service quality* yang diberikan oleh perusahaan tidak memuaskan. Konsumen merasa kecewa dan merasa bahwa penggunaan aplikasi MyTelkomsel kurang membuat nyaman, sehingga mereka mempertimbangkan untuk mencari *service provider* lain. Fakta ini menunjukkan bahwa *e-service quality* melalui *e-satisfaction* memiliki dampak pada *e-loyalty*. Ini sejalan dengan pendapat dari penelitian yang dilakukan Fazria dan Rubiyanti (2019), Kaya et al. (2019) dan Dewi dan Fakhri (2022) yang menyatakan bahwa *e-service quality* melalui *e-satisfaction* memiliki dampak pada *e-loyalty*.

Tidak hanya itu, keluhan mengenai *e-trust* juga ditemukan pada pengguna MyTelkomsel. Beberapa pengguna menyampaikan keluhannya pada kolom komentar beberapa postingan di akun resmi MyTelkomsel.

**Tabel 1. 6 Ulasan Pengguna di Instagram**

Pengguna	Ulasan	Isu
@axxxxxxxxxxxx xxx	“min cek dm sy beli kuota 14gb 7hr 36rb belum ada masuk katanya transaksi gagal di apk telkom terus danaku udh kepotong 36rb, tolong dong min”	<i>e-trust</i>
@xxxxxxxxxxxxx	“Beli paket nonton sport platinum seharga 35rb/bulan tertera disana ada 30 hari langganan vidio dan vision+ sport tetatpi tidak bisa berlangganan di aplikasinya gimana nih?”	
@sxxxxxxxxxxx	“min saya beli paket internet sakti 4.5gb/30 hari seharga 14.000 dan gagal, dana saya sudah terpotong itu bagaimanan yaaa?”	

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2023)

Beberapa pengguna menyampaikan keluhan pada kolom komentar, di mana mereka merasa khawatir karena saldo mereka telah terpotong saat membeli produk layanan pada aplikasi tersebut, namun produk layanan yang dipesan tidak berhasil diterima. Meskipun pada akhirnya masalah tersebut dapat diatasi, namun kekhawatiran pelanggan tetap muncul dan menimbulkan keraguan di antara pelanggan lain, yang berdampak pada penurunan tingkat kepercayaan pelanggan terhadap aplikasi tersebut. Seperti yang dijelaskan dalam penelitian yang dilakukan oleh Singh dan Gupta (2020), Dwi Yulian et al. (2022), Pratiwi et al. (2021), dan Wandoko et al. (2020), menjelaskan bahwa *e-trust* memiliki pengaruh langsung pada *e-loyalty*.

Hasan et al. (2020) menjelaskan dalam penelitiannya bahwa *e-WOM* merupakan setiap pernyataan positif atau negatif yang dibuat oleh pelanggan potensial dan aktual mengenai produk atau perusahaan yang tersedia bagi banyak orang dan lembaga melalui Internet. *E-WOM* memiliki peran penting dalam membentuk dan mempengaruhi perilaku para pelanggan, informasi baik positif maupun negatif tersebar di berbagai media elektronik melalui *e-WOM*, dan pengalaman emosional yang dibagikan dalam *e-wom* mempengaruhi reputasi suatu perusahaan, dan reputasi tersebut pada akhirnya akan membentuk loyalitas pelanggan (Nastiti et al, 2023).

Sebagian besar pengguna Mytelkomsel mengutarakan kekecewaan mereka terhadap aplikasi tersebut melalui ulasan negatif di media sosial X(Twitter). Berikut beberapa ulasan (*e-WOM*) yang disampaikan para pengguna aplikasi MyTelkomsel.

**Tabel 1. 7 Ulasan Pengguna di X (Twitter)**

<b>Pengguna</b>	<b>Ulasan</b>	<b>Isu</b>
@jxxxxxxxxxxx xxx	“gara gara tweet ini jadi tau kalo ternyata ada app mytelkomsel yang basic, otw uninstall yang biasa, semoga better”	<i>e-WOM</i>
@ixxxxxxx	“Aplikasi MyTelkomsel knp jelek bgt ya, ga efektif. Mana sering error, aplikasinya berat, benar0benar ga fungsional. Dikasi rating bintang 1 juga masih kebagusan, kalau ada rating minus sih”	
@mxxxxxxx	“sekalian bilangin tuh aplikasi mytelkomsel dihapus aja. Ga berguna. Ga ada respon sama sekali kecuali bot bernama veronica aja”	

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2024)

Ketidakmampuan perusahaan dalam mengelola proses transaksi pembelian produk layanan mengakibatkan ketidakpuasan pelanggan, yang pada akhirnya menimbulkan keraguan terhadap keamanan bertransaksi dan berpotensi menurunkan tingkat loyalitas pelanggan sehingga pelanggan akan mempertimbangkan untuk melakukan pembelian produk layanan pada aplikasi MyTelkomsel, seperti yang dijelaskan pada penelitian yang sebelumnya dilakukan oleh Bastaman dan Sulistio (2023), Pradhanawati dan Prakosa (2020), Rizkiawan et al. (2022), dan Ramadhan et al, (2022).

Setelah menjelaskan latar belakang dan data yang telah dijabarkan, peneliti tertarik untuk menyelidiki aspek-aspek yang terkait dengan loyalitas pelanggan elektronik (*e-loyalty*). Meskipun demikian, penelitian ini memusatkan perhatian pada tiga variabel spesifik, yaitu kualitas layanan elektronik (*e-service quality*), kepercayaan elektronik (*e-trust*), dan *electric word-of-mouth* (*e-wom*).

## 1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka dapat dirumuskan:

1. Apakah *e-service quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *e-loyalty* pengguna MyTelkomsel?
2. Apakah *e-WOM* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *e-loyalty* pengguna MyTelkomsel?
3. Apakah *e-trust* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *e-loyalty* pengguna MyTelkomsel?
4. Apakah *e-service quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *e-satisfaction* pengguna MyTelkomsel?
5. Apakah *e-WOM* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *e-satisfaction* pengguna MyTelkomsel?
6. Apakah *e-trust* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *e-satisfaction* pengguna MyTelkomsel?
7. Apakah *e-service quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *e-loyalty* melalui *e-satisfaction* pengguna MyTelkomsel?
8. Apakah *e-WOM* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *e-loyalty* melalui *e-satisfaction* pengguna MyTelkomsel?
9. Apakah *e-trust* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *e-loyalty* melalui *e-satisfaction* pengguna MyTelkomsel?
10. Apakah *e-satisfaction* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *e-loyalty* pengguna MyTelkomsel?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian berdasarkan pertanyaan penelitian diatas adalah:

1. Untuk menguji pengaruh positif dan signifikan *e-service quality* terhadap *e-loyalty* pengguna MyTelkomsel
2. Untuk menguji pengaruh positif dan signifikan *e-WOM* terhadap *e-loyalty* pengguna MyTelkomsel
3. Untuk menguji pengaruh positif dan signifikan *e-trust* terhadap *e-loyalty* pengguna MyTelkomsel
4. Untuk menguji pengaruh positif dan signifikan *e-service quality* terhadap *e-satisfaction* pengguna MyTelkomsel
5. Untuk menguji pengaruh positif dan signifikan *e-WOM* terhadap *e-satisfaction* pengguna MyTelkomsel
6. Untuk menguji pengaruh positif dan signifikan *e-trust* terhadap *e-satisfaction* pengguna MyTelkomsel
7. Untuk menguji pengaruh positif dan signifikan *e-service quality* terhadap *e-loyalty* melalui *e-satisfaction* pengguna MyTelkomsel
8. Untuk menguji pengaruh positif dan signifikan *e-WOM* terhadap *e-loyalty* melalui *e-customer satisfaction* pengguna MyTelkomsel
9. Untuk menguji pengaruh positif dan signifikan *e-trust* terhadap *e-customer loyalty* melalui *e-customer satisfaction* pengguna MyTelkomsel
10. Untuk menguji pengaruh positif dan signifikan *e-satisfaction* terhadap *e-loyalty* pengguna MyTelkomsel

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Bersumber pada tujuan penelitian yang telah dijabarkan di atas, maka terdapat beberapa manfaat yang ingin dicapai, antara lain:

## 1. Manfaat Teoritis

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat bermanfaat dan menambah ilmu pengetahuan pembacanya terkait seberapa besar pengaruh *e-service quality*, *e-WOM*, dan *e-trust* terhadap *e-loyalty* dengan *e-satisfaction* sebagai *intervening* pada pengguna MyTelkomsel.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi Universitas

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian mendatang mengenai *e-loyalty* dengan *e-satisfaction* sebagai *intervening* yang dipengaruhi oleh *e-service quality*, *e-trust* dan *e-WOM*.

### b. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini menjadi wadah serta perluasan pemahaman dan pengetahuan baru bagi peneliti dalam dunia bisnis digital, terutama *mobile application service provider*

### c. Bagi Pengguna

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan dan sebagai salah satu wadah para pengguna untuk mewakili penilaian mereka terhadap aplikasi MyTelkomsel yang sudah digunakan serta menjadi penguatan agar konsumen menjadi loyal.

### d. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi Telkomsel sebagai perusahaan pengelola aplikasi MyTelkomsel agar dapat mengambil keputusan yang lebih baik terkait pengembangan aplikasi MyTelkomsel agar semakin tinggi tingkat loyalitas dan tingkat kepuasan yang dirasakan para penggunanya.



*Intelligentia - Dignitas*