

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kondisi persaingan bisnis di Indonesia semakin ketat yang membuat perusahaan memperkuat strategi pemasaran dalam bersaing dengan perusahaan lain. Semakin bertambahnya perusahaan dengan persaingan baru, lokal dan nonlokal, kebutuhan dan sarana pemuasannya yang semakin beragam dan lengkap, serta cara pemenuhan kebutuhan yang semakin mudah dan beragam. Pada akhirnya, para pengusaha di Indonesia perlu terus menerapkan strategi pemasaran yang tepat untuk memenangkan persaingan dan memenuhi kebutuhan konsumen. Salah satunya pada dunia persaingan teknologi informasi.

Salah satu bentuk teknologi yang banyak dikembangkan oleh perusahaan telekomunikasi adalah dalam bentuk layanan digital. Pengembangan layanan digital tidak lepas dari kebiasaan pengguna dalam menggunakan *Smartphone* serta keterjangkauan akses internet. Peluang tersebut dimanfaatkan oleh perusahaan telekomunikasi dengan membuat aplikasi provider untuk *Smartphone*. Menurut Patmalasari dan Indriyanti (2021), aplikasi provider adalah aplikasi yang dikembangkan oleh penyedia layanan telekomunikasi dengan tujuan untuk memudahkan pengguna dalam mengakses informasi serta melakukan berbagai akses layanan telekomunikasi dengan mudah dan cepat dalam satu aplikasi. Adanya aplikasi ini juga mempermudah perusahaan telekomunikasi dalam menjangkau

setiap penggunaanya dengan cepat dan efisien. Berikut ini adalah tabel jumlah pelanggan provider di Indonesia tahun 2019 - 2023:

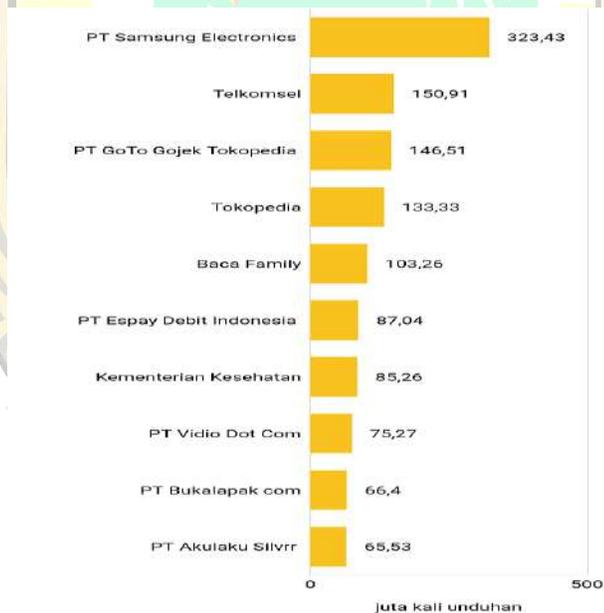
Tabel 1.1 Jumlah Pelanggan Provider di Indonesia Tahun 2019 - 2023

Operator Seluler	Jumlah Pelanggan (Juta)				
	2019	2020	2021	2022	2023
Telkomsel	171,1	169,5	176	156,8	151,8
Indosat	59,4	60,4	62,9	102,2	98,8
XL Axiata	56,7	56,9	57,5	57,5	57,5
Tri	30,5	34,2	32,2	32,3	-
Smartfren	23,4	25,5	34,7	34,7	36,2

Sumber : telkomsel.com, 2024; ioh.co.id.com, 2024; xlaxiata.co.id, 2024; altospringswater.com, 2023; smartfren.com, 2024

Pada Tabel 1.1 menjelaskan bahwa terdapat 5 provider di Indonesia yaitu Telkomsel, Indosat, XL Axiata, Tri dan Smartfren. Pada tabel tersebut menampilkan bahwa provider Telkomsel adalah provider yang banyak diminati di Indonesia pada tahun 2019 hingga tahun 2023. Meskipun pada tahun 2022 jumlah pelanggan provider Telkomsel turun hingga 20,8 juta pelanggan, tetapi jumlah pelanggannya tetap berada diposisi pertama atau jumlah pelanggan terbanyak dari kelima provider tersebut. Berdasarkan berita dari CNN Indonesia (Kamis, 27 Juli 2023) *Vice President Corporate Communications Telkomsel* Saki Hamsat Bramono memaparkan bahwa data 176 juta pelanggan yang tercatat pada tahun 2022 merepresentasikan jumlah nomor Telkomsel yang masih memiliki masa aktif. Namun, tidak semua nomor pelanggan aktif digunakan. Saat nomor Telkomsel tersebut sudah habis masa aktifnya, maka Telkomsel memutuskan untuk menghapus nomor itu dari perhitungan pelanggan.

Telkomsel mengembangkan aplikasi layanan digitalnya yang dinamakan dengan MyTelkomsel. Aplikasi MyTelkomsel dikembangkan untuk memenuhi tuntutan perkembangan teknologi digital serta untuk memberi kemudahan dan kenyamanan pengguna dalam mengakses berbagai informasi dan layanan telkomsel. Pelanggan dapat memenuhi seluruh kebutuhannya melalui MyTelkomsel mulai dari berlangganan paket internet, pengecekan pulsa, sisa kuota yang dimiliki, penukaran telkomsel POIN, hingga proses reservasi kunjungan ke GraPARI. Aplikasi ini juga mengintegrasikan pembayaran secara digital seperti LinkAja, Shopee Pay, GoPay, Dana dan *E-Banking*. Berikut ini adalah daftar 10 aplikasi android dengan angka unduhan tertinggi di Indonesia pada Maret 2023:



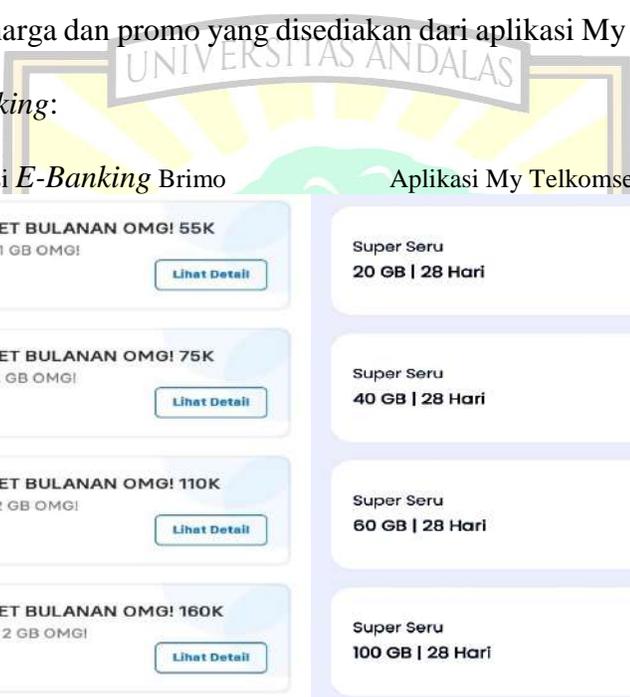
Sumber: databoks.katadata.co.id, Maret 2023

Gambar 1.1 Aplikasi Android Unduhan Tertinggi di Indonesia

Pada Gambar 1.1 dapat dilihat bahwa aplikasi MyTelkomsel merupakan aplikasi yang banyak diunduh oleh masyarakat Indonesia yaitu 150,91 juta pengguna pada Maret 2023. Akan tetapi terdapat perbedaan jumlah pengguna provider Telkomsel dengan pengguna aplikasi MyTelkomsel. Jumlah pengguna provider Telkomsel pada Desember 2022 adalah 156,8 juta, sedangkan pengguna aplikasi My Telkomsel pada Maret 2023 adalah 150,91 juta. Berarti terdapat 5,89 juta pengguna provider Telkomsel yang tidak menggunakan aplikasi My Telkomsel.

Peneliti telah melakukan pra penelitian pada 10 pengguna provider Telkomsel di kota Padang untuk mengetahui apakah mereka menggunakan aplikasi My Telkomsel dan alasan mereka menggunakan aplikasi My Telkomsel. Berdasarkan hasil pra penelitian tersebut 9 dari 10 pengguna provider Telkomsel menggunakan aplikasi My Telkomsel, karena menurut mereka aplikasi My Telkomsel ini mempermudah mereka untuk mengetahui informasi tentang pulsa dan paket internet mereka baik itu sisa pulsa/paket, promo yang disediakan Telkomsel dan mendapatkan POIN yang dapat ditukarkan untuk penawaran yang tersedia seperti tambahan kuota, diskon dan lainnya. Namun terdapat 1 dari 10 pengguna provider Telkomsel yang menggunakan aplikasi My Telkomsel hanya sementara, lalu memutuskan untuk tidak melanjutkan penggunaan aplikasi My Telkomsel dan menghapus aplikasi tersebut karena menurutnya aplikasi Telkomsel ini tidak memiliki manfaat yang berarti dan aplikasi My Telkomsel ini hanya membuat penyimpanan *Smartphone* penuh. Pengguna ini memilih membeli pulsa dan paket melalui *E-Banking*.

Hal ini menyatakan bahwa persaingan dari aplikasi My Telkomsel adalah *E-Banking* dan *E-Wallet*. Namun pada aplikasi *E-Banking* dan *E-Wallet* paket yang disediakan terbatas dan pengguna tidak dapat mengetahui promo yang disediakan oleh Telkomsel. Pengguna juga harus mengecek pulsa atau sisa kuota yang dimiliki dengan manual melalui dial telepon. Pengguna juga tidak mendapatkan penawaran menarik yang disediakan Telkomsel dari pengumpulan POIN. Berikut ini gambar perbandingan harga dan promo yang disediakan dari aplikasi My Telkomsel dengan aplikasi *E-Banking*:



Aplikasi <i>E-Banking</i> Brimo	Aplikasi My Telkomsel
PAKET INTERNET BULANAN OMG! 55K 3,3 GB sd 7 GB + 1 GB OMG! Rp55.000 Lihat Detail	Super Seru 20 GB 28 Hari Rp50.000
PAKET INTERNET BULANAN OMG! 75K 4 GB sd 13 GB + 2 GB OMG! Rp75.000 Lihat Detail	Super Seru 40 GB 28 Hari Rp77.000 Rp75.000
PAKET INTERNET BULANAN OMG! 110K 7 GB sd 23 GB + 2 GB OMG! Rp110.000 Lihat Detail	Super Seru 60 GB 28 Hari Rp100.000
PAKET INTERNET BULANAN OMG! 160K 19 GB sd 48 GB + 2 GB OMG! Rp160.000 Lihat Detail	Super Seru 100 GB 28 Hari Rp155.000 Rp150.000

Sumber: Aplikasi Brimo dan Aplikasi MyTelkomsel, 28 April 2024

Gambar 1.2 Perbandingan Harga *E-Banking* dan My Telkomsel

Pada Gambar 1.2 dapat terlihat bahwa harga yang tersedia di *E-Banking* lebih mahal dari harga yang tersedia di aplikasi My Telkomsel. Hal ini dikarenakan di aplikasi *E-Banking* menyediakan pilihan harga yang terbatas, sedangkan pada aplikasi My Telkomsel menyediakan harga yang relatif murah dengan kuota yang diberikan lebih besar. Misalnya pada aplikasi *E-Banking* harga paket internet

bulanan 7 GB adalah Rp. 55.000, sedangkan di Aplikasi Telkomsel dengan harga Rp. 50.000 pengguna mendapatkan 20 GB yang terdapat pada promo super seru. Dengan pembelian paket ini pengguna aplikasi My Telkomsel juga dapat mengumpulkan POIN yang dapat ditukarkan. Maka niat untuk melanjutkan penggunaan Aplikasi My Telkomsel penting untuk diteliti, karena ternyata terdapat pengguna Telkomsel yang tidak melanjutkan penggunaan aplikasi My Telkomsel.

Memahami perilaku individu dalam penerimaan teknologi pada tahun 1975, Ajzen dan Fishbein (1975) mengusulkan *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang menggambarkan kecenderungan perilaku seseorang, dengan tujuan untuk memprediksi, mengubah dan menafsirkan perilaku tertentu seseorang. TRA menyatakan bahwa perilaku individu didorong oleh niat berperilaku di mana niat berperilaku merupakan fungsi dari sikap individu terhadap perilaku tersebut dan norma subjektif yang melingkupi kinerja perilaku tersebut. Dalam teori ini, sikap dan norma subjektif tidak bergantung satu sama lain dan keduanya dapat memberikan pengaruh tidak langsung terhadap perilaku individu melalui niat berperilaku. Sikap terhadap perilaku didefinisikan sebagai perasaan positif atau negatif individu terhadap melakukan suatu perilaku. Norma subjektif mencerminkan tekanan sosial ketika individu melakukan suatu perilaku dan persepsinya tentang apakah orang-orang penting bagi individu tersebut berperilaku.

Pada tahun 1985, Ajzen (1985) mengajukan *Theory of Planned Behavior* (TPB). TPB merupakan perpanjangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang mengupayakan prediksi dan interpretasi yang lebih tepat terhadap teori perilaku. Perbedaan antara TPB dan TRA adalah TPB memprediksi perilaku mungkin tidak sepenuhnya berada dibawah kendali individu terdapat hambatan atau fasilitator yang mempengaruhi kemampuan individu untuk melaksanakan niat mereka, sedangkan TRA memprediksi perilaku berdasarkan asumsi bahwa semua perilaku dan motivasi perilaku terkendali atau sepenuhnya berada di bawah kendali individu. TPB juga menambahkan konsep kontrol perilaku yang dirasakan sebagai variabel ketiga. Ini mengacu pada kemudahan atau kesulitan yang dirasakan individu dalam melakukan perilaku tertentu. Jika seseorang merasa bahwa ia memperoleh lebih banyak sumber daya dan peluang sementara kesulitan dalam melakukan suatu perilaku relatif lebih sedikit, maka kontrol perilaku yang dirasakannya akan semakin kuat.

Untuk mengeksplorasi hubungan antara faktor emosi yang dirasakan dan penggunaan teknologi sains, Davis (1989) mengembangkan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menunjukkan bagaimana pengguna menerima dan menggunakan teknologi dan didasarkan pada *Theory of Reasoned Action* (TRA) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB). TAM mengasumsikan bahwa ada dua keyakinan yang ditentukan dalam menentukan penggunaan teknologi: kegunaan yang dirasakan (*Perceived Usefulness*) dan kemudahan penggunaan yang dirasakan (*Perceived Ease of Use*), menghilangkan norma subjektif dan keyakinan normatif. Model tersebut menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan yang dirasakan

(*Perceived Ease of Use*) mempengaruhi sikap pengguna terhadap penggunaan teknologi baru. Pengguna menunjukkan perasaan positif tentang teknologi baru jika dipercaya itu baik untuk kinerja pekerjaannya, sehingga sikap pengguna terhadap menggunakan teknologi baru akan lebih positif. Sikap seperti itu selanjutnya akan mempengaruhi niat perilaku pengguna dan penggunaan sistem aktual.

Selain itu, variabel eksternal juga dapat memiliki beberapa dampak pada sikap, keyakinan, dan niat internal pengguna, yang lebih lanjut mempengaruhi *Technology Acceptance Model* (Davis, Bagozzi dan Warshaw, 1989). Banyak yang telah merevisi *Technology Acceptance Model* untuk meningkatkan kemampuan interpretasinya. Venkatesh dan Davis (2000) tidak hanya merevisi struktur TAM, tetapi juga menambahkan variabel eksternal dan mediator. Dengan mempelajari hubungan antara semua variabel, Venkatesh dan Davis telah menciptakan model prediksi yang lebih baik. Studi ini menggunakan *Extended Technology Acceptance Model* (TAM) atau *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT).

TAM diadopsi dan diperluas dengan faktor eksternal berdasarkan 2 alasan. Membantu memahami sudut pandang pengguna dalam adopsi aplikasi dan membantu peneliti dalam menyelidiki efek faktor eksternal pada variabel dependen. Oleh karena itu, penelitian ini memperluas TAM dengan menggabungkan dua faktor eksternal (*Habit* (H) dan *System Quality* (SQ)) dengan konstruk inti TAM. Faktor-faktor ini dimasukkan dalam penelitian ini karena kebiasaan pengguna biasanya berubah berdasarkan kualitas sistem. Oleh karena itu, penelitian ini memilih *Extended Technology Acceptance Model* (TAM) sebagai model yang diusulkan, karena akan membantu kita memahami adopsi awal teknologi yang diterapkan.

Menurut penelitian Rafique *et al.* (2019) menyatakan bahwa kebiasaan (*habit*) dan kualitas sistem secara langsung mempengaruhi persepsi kemudahan penggunaan (POEU) dan persepsi kegunaan (PU) aplikasi. Kebiasaan pengguna dalam menggunakan aplikasi memberikan kemudahan dan kenyamanan pengguna dalam mengakses berbagai informasi dan layanan serta dapat memenuhi seluruh kebutuhannya. Sebuah sistem yang memiliki manfaat tinggi diyakini mampu memberikan pengaruh positif, untuk memberikan kemudahan bagi pengguna dalam menunjang pekerjaannya (Rafique *et al.*, 2019). Manfaat yang dirasakan seorang pengguna terhadap layanan berbasis teknologi akan mempengaruhi kepuasan yang berujung pada niat untuk kembali menggunakan aplikasi tersebut (Phuong *et al.*, 2020).

Setiap perusahaan juga harus memudahkan pengguna untuk mengoperasikan sebuah layanan. Persepsi kemudahan penggunaan merupakan tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya (Ashfaq *et al.*, 2019). Beberapa penelitian yang dilakukan Ashfaq *et al.* (2019), Wilson, Keni dan Tan (2021) berhasil membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari persepsi kemudahan terhadap keputusan menggunakan aplikasi. Perusahaan yang memanfaatkan teknologi dalam sistemnya, tentu mampu membuat prosedur pemesanan yang sederhana dan mudah dilakukan untuk mendorong pembelian online (Ashfaq *et al.*, 2019). Dengan digunakannya teknologi yang tersistem dan kebiasaan pengguna menggunakan aplikasi, pengguna dapat lebih mudah mengoperasikan aplikasi dan merasakan manfaat dari penggunaan aplikasi

tersebut maka akan menimbulkan rasa kepuasan pada pengguna. Hal ini dapat mendorong pengguna untuk memiliki niat melanjutkan menggunakan aplikasi tersebut (Phuong *et al.*, 2020).

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melihat lebih dekat tentang *habit* atau kebiasaan pengguna menggunakan aplikasi My Telkomsel dan *sistem quality* yang dapat mempengaruhi persepsi kemudahan dan kegunaan aplikasi MyTelkomsel yang dapat menimbulkan kepuasan pengguna dalam menggunakan aplikasi tersebut. Lalu melakukan analisis untuk mengetahui apakah faktor-faktor tersebut dapat mempengaruhi pengguna berniat melanjutkan penggunaan aplikasi MyTelkomsel. Berdasarkan hal ini, penulis tertarik mengambil judul **PENGARUH *HABIT* DAN *SYSTEM QUALITY* PADA NIAT MELANJUTKAN PENGGUNAAN APLIKASI MY TELKOMSEL DI KOTA PADANG.**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *Habit* berpengaruh terhadap *Perceived Ease Of Use* menggunakan aplikasi My Telkomsel di Kota Padang?
2. Apakah *Habit* berpengaruh terhadap *Perceived Usefulness* menggunakan aplikasi My Telkomsel di Kota Padang?

3. Apakah *System Quality* berpengaruh terhadap *Perceived Ease Of Use* menggunakan aplikasi My Telkomsel di Kota Padang?
4. Apakah *System Quality* berpengaruh terhadap *Perceived Usefulness* menggunakan aplikasi My Telkomsel di Kota Padang?
5. Apakah *Perceived Ease Of Use* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* menggunakan aplikasi My Telkomsel di Kota Padang?
6. Apakah *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* menggunakan aplikasi My Telkomsel di Kota Padang?
7. Apakah *Customer Satisfaction* berpengaruh terhadap *Continuance Intention* menggunakan aplikasi My Telkomsel di Kota Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh *Habit* terhadap *Perceived Ease Of Use* menggunakan aplikasi My Telkomsel di Kota Padang.
2. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh *Habit* terhadap *Perceived Usefulness* menggunakan aplikasi My Telkomsel di Kota Padang.
3. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh *System Quality* terhadap *Perceived Ease Of Use* menggunakan aplikasi My Telkomsel di Kota Padang.

4. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh *System Quality* terhadap *Perceived Usefulness* menggunakan aplikasi My Telkomsel di Kota Padang.
5. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh *Perceived Ease Of Use* terhadap *Customer Satisfaction* menggunakan aplikasi My Telkomsel di Kota Padang.
6. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh *Perceived Usefulness* pengaruh terhadap *Customer Satisfaction* menggunakan aplikasi My Telkomsel di Kota Padang.
7. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Continuance Intention* menggunakan aplikasi My Telkomsel di Kota Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Akademis

- a. Kegunaan penelitian ini untuk mengembangkan ilmu pemasaran dan melatih peneliti dalam menerapkan teori-teori yang telah didapat dibangku perkuliahan.
- b. Mampu menggunakan pengetahuan sebagai rujukan pada ilmu manajemen mengenai *Habit*, *System Quality*, *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, *Customer Satisfaction* dan *Continuance Intention to Use*.

2. Kegunaan Praktis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya ilmu pengetahuan bidang Pemasaran khususnya Perilaku Konsumen dan TAM sebagai bagian dari proses belajar sehingga dapat memahami dan mengaplikasikan teori-teori yang telah diperoleh di perkuliahan.
- c. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pembaca pada umumnya dan penulis pada khususnya mengenai fenomena dalam penelitian.

1.5 Ruang Lingkup

Penulisan ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *habit* dan *system quality* terhadap *continuance intention* menggunakan aplikasi My Telkomsel di kota Padang dengan *Extended Technology Acceptance Model* (TAM). Penelitian ini menggunakan model TAM *Extended* yang didalamnya terdapat variabel *Habit*, *System Quality*, *Perceived Ease Of Use*, *Perceived Usefulness*, *Customer Satisfaction* dan *Continuance Intention*. Penelitian ini dilakukan kepada pengguna aplikasi My Telkomsel di kota Padang.

1.6 Sistematika Penelitian

Untuk lebih mudah mengetahui pembahasan penulisan ini, secara sistematis penulisannya dibagi menjadi lima bab, yang terdiri dari beberapa sub. Adapun sistematika yang dimaksud sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas tentang konsep dasar penelitian yaitu mengenai: Latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian yang berupa uraian singkat mengenai bab yang terdapat di dalam penulisan skripsi.

BAB II TINJAUAN LITERATUR

Pada bab ini membahas mengenai teori-teori dasar manajemen yang digunakan sebagai bahan acuan dalam melakukan penelitian. Dapat menjelaskan macam-macam variabel beserta dimensi atau indikator sebagai alat dalam mengukur variabel tersebut yaitu: *Habit, System Quality, Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, Customer Satisfaction* dan *Continuance Intention*. Pada bab ini juga berisikan penelitian terdahulu, kerangka konseptual dan menjelaskan mengenai hipotesis awal yang digunakan dan dikembangkan berdasarkan penelitian terdahulu.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan bagaimana desain penelitian, populasi, sampling dan sampel penelitian, definisi operasional dan pengukuran variabel penelitian, sumber dan metode pengumpulan data, metode analisis data dan prosedur pengujian hipotesisnya.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas tentang hasil penelitian ini dengan hasil SmartPLS. Pada bagian ini dijelaskan tentang karakteristik sampel penelitian (responden) yang dapat dikemukakan melalui bantuan tabel dan grafik. Kemudian juga dikemukakan hasil pengujian hipotesis menggunakan alat analisis yang telah ditentukan sebelum ini, hasil dapat ditampilkan dalam bentuk tabel dan grafik. Kemudian interpretasi atau pembahasan tentang hasil yang diperoleh, berupa penjelasan teoritis secara kuantitatif.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan, implikasi, keterbatasan dan saran penelitian selanjutnya dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan serta saran-saran kepada penelitian selanjutnya terkait hasil penelitian yang telah dilakukan.