

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Telkomsel



Gambar 1.1 Logo Telkomsel

Sumber: Telkomsel (2024)

PT. Telkomsel Tbk yang telah didirikan sejak tanggal 26 Mei 1995 dan telah mengalami berbagai macam transformasi yang sangat signifikan sejak awal didirikannya sampai dengan saat ini. Perusahaan ini tentunya sejalan dengan perkembangan teknologi, pada awal kemunculannya, Telkomsel memperkenalkan jaringan 2G sebagai pelopor di Indonesia. Melalui jaringan 2G tersebut, masyarakat pada saat itu dapat menikmati layanan pesan singkat yang sangat populer dimasanya dan masyarakat juga menikmati layanan telepon seluler dengan kualitas yang tinggi (Telkomsel, 2024).

Seiring perkembangan teknologi yang semakin hari semakin berlanjut telah melahirkan teknologi 3G yang menyajikan keunggulan dengan memberikan akses internet dan layanan data yang tentunya lebih cepat dan juga lebih luas dibandingkan dengan teknologi sebelumnya. Telkomsel juga menjadi pionir dalam menyediakan layanan EDGE di Indonesia, yang merupakan teknologi transmisi tercepat pada saat itu. Berlanjut di tahun 2014 Telkomsel mempersembahkan jaringan 4G LTE yang menawarkan pengalaman internet lebih cepat dan memuaskan bagi para pelanggannya di seluruh negeri, untuk layanan 4G ini sendiri dapat memungkinkan para pelanggannya mendapatkan layanan *streaming video*

berkualitas tinggi dengan kecepatan maksimum mencapai 100 Mbps (Telkomsel, 2024).

Tidak berhenti sampai dengan disitu, Telkomsel terus melakukan beragam inovasi dengan mengembangkan berbagai macam teknologi dan lahirnya jaringan 5G. Pengujian 5G sendiri telah dilakukan di berbagai wilayah di Indonesia, dan telah membawa potensi revolusioner diantaranya seperti *Internet of Things* yang sejatinya sudah memberikan banyak dampak yang sangat positif dalam berbagai aspek dalam kehidupan khususnya di Indonesia. Menggunakan infrastruktur yang kokoh serta inovasi dan dedikasi terhadap pelayanan berkualitas, Telkomsel telah menjadi salah satu pilar utama dalam membawa transformasi digital, khususnya di Indonesia, dan berkomitmen untuk terus mendampingi para pelanggan setianya dalam menghadapi evolusi digital di masa yang akan datang (Telkomsel, 2024).

Pada 1 Juli 2023, Telkomsel mengumumkan penggabungan dengan *Indihome*, yang memperluas bisnis Telkomsel dari layanan seluler ke *broadband* rumah tangga. Proses merger dimulai dengan penandatanganan akta pemisahan pada 27 Juni 2023, dan setelah mendapat persetujuan pemegang saham pada 30 Mei 2023, Indihome resmi menjadi bagian dari Telkomsel. Dengan integrasi ini, Telkomsel bertujuan menyediakan layanan *broadband* yang lebih luas dan mendukung inklusi digital di Indonesia. Penggabungan ini juga memberikan manfaat bagi karyawan, dengan komitmen untuk mengurangi dampak PHK (Kompas, 2023).

Seiring dengan perkembangan dan transformasi yang dilakukan oleh Telkomsel, perusahaan ini terus-menerus melakukan beragam inovasi dalam menyediakan layanan yang terbaik kepada para pelanggannya. Salah dari banyak aspek yang penting untuk menjaga agar hubungan yang kuat dengan pelanggan adalah dengan cara memahami secara mendalam kebutuhan dan perilaku mereka. Oleh karena itu, *Customer Insight Management* menjadi sangat krusial dalam strategi bisnis Telkomsel untuk terus beradaptasi dengan perubahan kebutuhan pasar dan memberikan pengalaman yang lebih relevan bagi pelanggannya. Berikut

ini akan dibahas lebih lanjut mengenai *Customer Insight Management* dan peranannya dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

1.1.2 *Customer Insight Management*



Gambar 1.2 Logo *Customer Insight Management*

Sumber: Telkomsel (2024)

Divisi *Customer Insight Management* di Telkomsel mempunyai peran yang ternyata dinilai penting dalam memahami dengan baik dan juga merespon berbagai macam kebutuhan serta preferensi para pelanggannya. Divisi *Customer Insight Management* juga bertanggung jawab untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasi data serta umpan balik dari para pelanggannya. Salah satu tugas utama dari divisi *Customer Insight Management* adalah secara teliti menganalisis tiket komplain dari para pelanggannya untuk memberikan rekomendasi dan solusi jaringan yang lebih efektif, serta menyelesaikan masalah pelanggan dengan tingkat kepuasan yang tinggi (Telkomsel, 2024).

Selain itu divisi *Customer Insight management* juga terlibat aktif dalam manajemen tiket terkait pelanggan VIP, B2B, maupun B2C yang meliputi proses pembuatan, pembaharuan keluhan dari para pelanggannya, juga pemantauan secara akurat dan juga tepat waktu. Divisi *Customer Insight Management* menjadi salah satu garda terdepan dalam menangani keluhan bagi para pelanggannya dan juga bertugas untuk memberikan solusi optimal dan memastikan kepuasan pelanggan juga selalu memastikan kualitas solusi terbaik dengan cara terus memantau umpan

balik dari para pelanggan secara rutin dan berkala. Dalam menjalankan tugasnya, divisi *Customer Insight Management* berkolaborasi dengan tim lainnya untuk melakukan pemeriksaan jaringan telekomunikasi dan memastikan efisiensi serta keterpaduan dalam menangani keluhan dari para pelanggannya (Telkomsel, 2024).

Selanjutnya, Divisi *Customer Insight Management* juga menyusun laporan berkala terkait keluhan pelanggan VIP, B2B, dan B2C, serta dukungan jaringan untuk tim penanganan. Laporan harian, mingguan, bulanan, dan tahunan ini membantu manajemen membuat keputusan berbasis data yang *accurate* dan *relevant*. Selain itu, divisi ini menganalisis masalah jaringan seluler untuk memberikan solusi perbaikan atau pencegahan, guna meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Dengan peranannya yang krusial, *Customer Insight Management* terus berinovasi, salah satunya melalui *Lapers Bot Telegram*, yang mempermudah interaksi pelanggan dengan Telkomsel. Berikut ini akan dibahas lebih lanjut mengenai *Lapers Bot Telegram* dan perannya dalam membantu meningkatkan efisiensi kinerja karyawan (Telkomsel, 2024).

1.1.3 *Lapers Bot Telegram*



Gambar 1.3 *Lapers Bot Telegram*

Sumber: Telkomsel (2024)

Lapers Bot Telegram merupakan sebuah inovasi yang menghadirkan solusi praktis dalam menganalisis performansi jaringan Telkomsel melalui *platform*

Telegram. Dengan fokus pada kemudahan akses dan penggunaan, bot ini memungkinkan pengguna, termasuk karyawan Telkomsel, untuk dengan cepat memeriksa performa jaringan, menangani masalah pelanggan, dan mengakses informasi terkait jaringan secara efisien. Melalui fitur obrolan teks Telegram, interaksi dengan bot menjadi lebih intuitif dan dapat dilakukan dengan mudah, sehingga meminimalkan hambatan dalam proses analisis jaringan (Telkomsel, 2024).

Keunggulan utama dari *Lapers Bot Telegram* adalah fleksibilitasnya dalam memberikan respons yang cepat terhadap kebutuhan pengguna. Dibandingkan dengan alternatif lain seperti aplikasi U2020, bot ini menawarkan aksesibilitas yang lebih luas, terutama melalui perangkat seluler, sehingga memungkinkan pengguna untuk memeriksa performa jaringan di mana pun mereka berada. Meskipun tidak memberikan analisis performansi jaringan secara *real-time*, kemampuan bot ini untuk memberikan solusi yang praktis dan responsif menjadikannya pilihan yang menarik bagi karyawan Telkomsel yang mengutamakan efisiensi dalam pekerjaan mereka (Telkomsel, 2024).

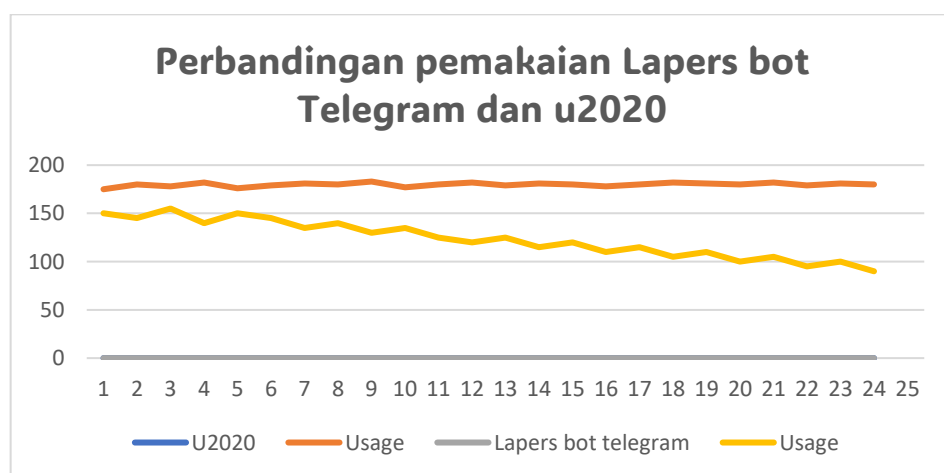
Namun, karyawan Telkomsel masih memiliki opsi untuk menggunakan aplikasi serupa lainnya, seperti U2020, sesuai dengan preferensi dan kebutuhan mereka. Meskipun *Lapers Bot Telegram* memiliki keunggulan dalam kemudahan penggunaan dan aksesibilitas, perlu diakui bahwa aplikasi tersebut tidak memberikan analisis performansi jaringan secara *real-time*, yang mungkin menjadi pertimbangan penting terutama dalam situasi yang memerlukan respons cepat terhadap perubahan jaringan. Dengan demikian, keputusan penggunaan antara kedua aplikasi tersebut dapat disesuaikan dengan situasi dan kebutuhan spesifik yang dihadapi oleh karyawan Telkomsel (Telkomsel, 2024).

1.2. Latar Belakang Penelitian

Pada divisi *Customer Insight Management* PT Telekomunikasi Selular, terdapat fenomena mencolok terkait pemilihan aplikasi untuk mendukung kinerja karyawan. Kehadiran berbagai aplikasi serupa dengan *platform* peluncuran berbeda telah menjadi masalah di perusahaan ini, khususnya dengan *Lapers bot telegram*

dan U2020. *Lapers bot telegram* digunakan sebagai *backup* aplikasi saat U2020 mengalami *maintenance*, namun, terjadi penurunan dalam penggunaan aplikasi *Lapers Bot Telegram* jika dibandingkan dengan U2020. Hal ini disebabkan oleh aplikasi *Lapers Bot Telegram* yang menghasilkan *output* tidak *real-time* karena proses *parsing*, yaitu proses di mana data harus dianalisis dan diubah terlebih dahulu sebelum bisa digunakan, yang mengakibatkan keterlambatan data hingga 4 jam. Semua informasi ini dihimpun dari tim IT Telkomsel, yang juga menyampaikan bahwa Telkomsel berencana melakukan perbaikan pada *Lapers Bot Telegram* agar aplikasi ini lebih optimal dan dapat memenuhi kebutuhan operasional yang lebih baik (Telkomsel, 2024).

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengkaji preferensi karyawan terhadap aplikasi ini serta memberikan saran agar *Lapers* dapat berfungsi secara *real-time*, mengurangi keterlambatan data, dan pada akhirnya meningkatkan efisiensi operasional serta keakuratan data. Sebelum pembahasan lebih lanjut, berikut ini akan ditampilkan perbandingan pemakaian antara *Lapers Bot Telegram* dan U2020 yang menggambarkan fenomena penurunan penggunaan aplikasi di Divisi *Customer Insight Management*. Grafik ini menunjukkan tren penggunaan kedua aplikasi dalam periode dua tahun terakhir. (Telkomsel, 2024).



Gambar 1.3 Perbandingan Pemakaian *Lapers Bot Telegram* dan u2020

Sumber: Telkomsel, (2024)

Divisi *Customer Insight Management* telah mengamati adanya penurunan dalam penggunaan aplikasi serupa yang mana diluncurkan pada *platform* yang berbeda, yakni *Lapers bot telegram* dan *U2020*. Berdasarkan pengamatan peneliti yang dikonfirmasi oleh tim IT, penggunaan aplikasi *Lapers Bot Telegram* mengalami penurunan signifikan, dari 150 pengguna pada Januari 2022 menjadi 90 pengguna pada Desember 2023, mencatatkan penurunan sekitar 40%. Sementara itu, aplikasi *U2020* mengalami sedikit peningkatan dari 175 pengguna menjadi 180 pengguna, yang menunjukkan performa yang lebih stabil dan lebih dipercaya oleh para pengguna dibandingkan *Lapers Bot Telegram*. Data ini dihimpun dan didapatkan berdasarkan sumber internal perusahaan (Telkomsel, 2024).

Penurunan ini diduga disebabkan oleh kinerja jaringan yang tidak *real-time* yang dihasilkan oleh salah satu aplikasi tersebut. Data terbaru menunjukkan bahwa pengguna aplikasi yang tertera pada grafik di atas, khususnya pengguna *Lapers bot Telegram*, mengalami penurunan aktivitas dalam dua tahun terakhir. Analisis yang mendalam telah menunjukkan bahwa salah satu penyebab utama penurunan penggunaan aplikasi tersebut adalah ketidakpuasan pengguna terhadap performa jaringan yang tidak *real-time* yang dihasilkan oleh aplikasi tersebut informasi ini berdasarkan data yang diperoleh dari tim IT Telkomsel (Telkomsel, 2024).

Fenomena penurunan penggunaan aplikasi *Lapers bot telegram* salah satunya disebabkan oleh ketidakakuratan informasi yang diberikan oleh aplikasi. Informasi yang tidak akurat ini dapat membuat pengguna tidak dapat langsung menggunakan aplikasi untuk menangani masalah jaringan yang mungkin sedang terjadi. Kekurangan aplikasi ini dalam menyediakan data secara *real-time* telah menyebabkan pengguna kehilangan kepercayaan pada keandalan dan efektivitasnya. Di sisi lain, aplikasi *U2020* menunjukkan kinerja yang lebih stabil meskipun ada kalanya pengguna tidak menggunakannya. Untuk menghadapi fenomena ini, perusahaan perlu memberikan prioritas pada pembaruan dan peningkatan performa aplikasi *Lapers* sehingga dapat memberikan informasi mengenai performa jaringan secara *real-time* data ini didapat berdasarkan data yang diperoleh dari tim IT Telkomsel (Telkomsel, 2024). Langkah ini diharapkan akan

membantu memulihkan kepercayaan pengguna dan meningkatkan minat mereka dalam menggunakan aplikasi tersebut untuk kebutuhan operasional di waktu yang akan datang dikemudian hari.

Solusi yang tepat dalam mengatasi masalah tersebut, ternyata terdapat beberapa komponen tambahan yang dianggap memerlukan perhatian lebih lanjut untuk meningkatkan kepercayaan dan kepuasan para penggunanya terhadap teknologi dan aplikasi. Salah satu faktor penting adalah *System Quality*. *System Quality* secara signifikan memengaruhi tingkat kepuasan pengguna terhadap layanan *mHealth*. *System Quality* yang tinggi menghasilkan pengalaman yang lebih responsif dan andal, memenuhi kebutuhan teknis pengguna, dan akhirnya berujung pada peningkatan kepuasan mereka. Oleh karena itu, peningkatan *System Quality* dapat membantu meningkatkan kepuasan pengguna terhadap layanan *mHealth*, yang selanjutnya berpotensi meningkatkan intensi penggunaan berkelanjutan dari layanan tersebut (Md Abdul Kaium et al., 2019).

Selain *System Quality*, *Information Quality* juga berperan besar dalam mempengaruhi keinginan bagi para penggunanya agar bisa secara terus menerus dalam menggunakan aplikasi *mobile*, seperti aplikasi *Starbucks* di Taiwan. Informasi yang akurat dan juga relevan akan dapat sangat mempengaruhi peningkatan *Utilitarian Value* yang dirasakan oleh para penggunanya, dengan memberikan informasi yang lebih tepat, terbaru, dan relevan mengenai produk atau promo yang ada. Kualitas informasi yang baik juga berpengaruh positif terhadap kepuasan para penggunanya, menciptakan pengalaman yang menyenangkan dan dapat dipercaya. Ketika pengguna puas dengan kualitas informasi yang disediakan, mereka akan cenderung mempunyai ternyata ada keinginan yang lebih besar untuk tetap dapat menggunakan aplikasi tersebut di masa yang akan datang (Kuo-Lun Hsiao et al., 2019).

Selain *Information Quality*, *Service Quality* juga memiliki peran penting dalam memengaruhi persepsi pengguna terhadap hotel melalui *platform* digital. Kualitas layanan yang tinggi dianggap sebagai salah satu faktor utama yang meningkatkan keterlibatan pengguna dengan hotel melalui *website* maupun aplikasi

mobile. Service Quality juga berperan langsung dalam mempengaruhi niat bagi para penggunanya untuk melakukan pemesanan hotel secara *online*. Oleh karena itu, hotel perlu memperhatikan dan meningkatkan kualitas layanan mereka dalam merancang dan mengelola *platform* digital demi meningkatkan persepsi, keterlibatan, dan niat pemesanan pengguna secara keseluruhan (Faizan Ali et al., 2022).

Selanjutnya, kekhawatiran tentang privasi dan keamanan merupakan faktor krusial yang memengaruhi persepsi dan kepuasan pengguna terhadap sistem informasi. Kekhawatiran ini, seperti risiko kebocoran data pribadi atau penipuan dalam pembayaran, memiliki dampak negatif signifikan pada nilai utilitarian dan kepuasan pengguna. Temuan penelitian menunjukkan bahwa kekhawatiran ini dapat mengurangi niat penggunaan sistem informasi, menekankan pentingnya perusahaan untuk memperhatikan dan mengatasi kekhawatiran privasi dan keamanan pengguna dalam pengembangan produk dan layanan mereka (Md Abdul Kaium et al., 2020).

Selain faktor-faktor di atas, *Performance Expectancy* juga memainkan peran penting dalam memengaruhi niat berkelanjutan untuk menggunakan layanan *mHealth*. *Performance Expectancy* mencerminkan keyakinan individu bahwa penggunaan teknologi informasi dan komunikasi akan membantu mereka memperoleh manfaat dalam peningkatan kinerja tugas-tugas kesehatan mereka. Ketika pengguna melihat harapan mereka terpenuhi melalui penggunaan layanan, mereka akan cenderung merasa lebih puas dan terdorong agar bisa terus menerus menggunakan layanan tersebut (Md Abdul Kaium et al., 2020).

Faktor lainnya yang ternyata tidak kalah penting apabila dibandingkan dengan faktor yang telah disebutkan sebelumnya ialah *Social Influence*. *Social Influence* memiliki peran penting dalam adopsi dan kelanjutan penggunaan teknologi baru, khususnya di kalangan lansia pedesaan. Dukungan dari lingkungan sosial mempengaruhi bagaimana individu memandang, berniat menggunakan, dan melanjutkan penggunaan teknologi baru. Lansia pedesaan, yang seringkali tidak memiliki jaringan sosial formal yang kuat, cenderung bergantung pada dukungan

dari keluarga, teman, dan tetangga untuk menerima dan menggunakan teknologi baru (Md Abdul Kaium et al., 2020).

Facilitating Conditions juga merupakan salah satu faktor utama dalam sebuah adopsi yang berkelanjutan dalam hal penggunaan teknologi baru, terutama di kalangan lansia pedesaan. Keyakinan individu terhadap dukungan infrastruktur organisasional dan teknis sangat krusial untuk adopsi dan kelanjutan penggunaan teknologi. Ketersediaan sumber daya, keterampilan, dan pengetahuan diperlukan agar teknologi dapat digunakan secara efektif (Md Abdul Kaium et al., 2020).

Selanjutnya, *Utilitarian Value* ialah salah satu yang menjadi faktor utama yang telah terbukti menentukan niat bagi para penggunanya untuk dapat bisa terus menggunakan aplikasi *mobile Starbucks* di Taiwan. *Utilitarian Value* juga dirasa memberikan manfaat praktis atau fungsional, seperti kemudahan penggunaan dan efisiensi dalam transaksi. Aspek ini berperan penting dalam mempengaruhi kepuasan pengguna dan akan terus mendorong mereka agar bisa terus-menerus memakai aplikasi tersebut di masa depan. (Kuo-Lun Hsiao et al., 2019).

Kepuasan para penggunanya juga nyatanya menjadi bagian penting dari penelitian ini dikarenakan kepuasan tersendiri dapat menjadi mediator yang dapat membantu menjelaskan hubungan antara fitur-fitur teknologi di *SNS* dan tingkat keterikatan pengguna. Kepuasan pengguna dapat menjadi indikator kuat untuk memprediksi tingkat keberlanjutan penggunaan *SNS* karena pengguna yang puas akan lebih termotivasi agar bisa tetap menggunakan *platform* tersebut di masa yang akan datang (Zhen Shao and Lin Zhang et al., 2020).

Selanjutnya *Continued Intention to Use* ialah elemen krusial dalam memahami adopsi teknologi *m-wallet* di beberapa negara berkembang. Tingkat *Continued Intention to Use* yang tinggi menandakan keterlibatan berkelanjutan dari pengguna, yang pada gilirannya membantu memperkuat keberlanjutan penggunaan *m-wallet* dan mendukung pertumbuhan bisnis penyedia layanan (Saleem ur Rahman et al., 2023).

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang menekankan betapa pentingnya faktor-faktor seperti *System Quality*, *Information Quality*, *Service Quality*, *Privacy and Security Concerns*, *Performance Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Conditions*, *Utilitarian Value*, *Satisfaction*, *Confirmation* dan *Continued Intention to Use* dalam berbagai konteks layanan teknologi, faktor-faktor ini tentunya tidak hanya akan menjadi pemicu langsung bagi kepuasan para penggunanya, akan tetapi juga menjadi pendorong utama di balik intensi pengguna agar dapat terus menggunakan layanan-layanan tersebut dimasa depan.

Dengan demikian penulis sangat tertarik untuk bisa mengeksplorasi lebih lanjut mengenai bagaimana faktor-faktor ini bisa memengaruhi preferensi dan keputusan karyawan terkait pemilihan aplikasi serupa dengan *platform* peluncuran yang berbeda, dengan pemahaman yang lebih mendalam tentang peran pengalaman pengguna dan juga kepuasan pengguna dalam proses pemilihan aplikasi, perusahaan diharapkan dapat mengambil langkah-langkah untuk meningkatkan adopsi aplikasi yang lebih efektif dan juga terkini.

1.3. Perumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang yang telah dipaparkan, *Lapers Bot Telegram* digunakan sebagai cadangan saat *U2020* mengalami *maintenance*. Namun, penggunaannya menurun signifikan karena kinerjanya yang tidak *real-time*, sementara *U2020* tetap stabil. Penelitian ini mengacu pada teori *System Quality* dan *Information Quality* yang diungkapkan oleh Md Abdul Kaium et al. (2019), yang menunjukkan bahwa kualitas sistem dan informasi mempengaruhi kepuasan dan kepercayaan pengguna. Selain itu, Kuo-Lun Hsiao et al. (2019) menambahkan bahwa *Utilitarian Value* berperan penting dalam mendorong pengguna untuk terus menggunakan aplikasi. Berdasarkan itu, rumusan masalah yang diambil dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Gambaran *System Quality*, *Information Quality*, *Service Quality*, *Privacy and Security Concerns*, *Performance Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Conditions*, *Utilitarian Value*, *Satisfaction*, *Confirmation*, *Continued Intention to Use Lapers bot Telegram APP* ?

2. Bagaimana Pengaruh *Sytem Quality* terhadap *Utilitarian Value*?
3. Bagaimana Pengaruh *Sytem Quality* terhadap *Satisfaction*?
4. Bagaimana Pengaruh *Sytem Quality* terhadap *Confirmation*?
5. Bagaimana Pengaruh *Information Quality* terhadap *Utilitarian Value*?
6. Bagaimana Pengaruh *Information Quality* terhadap *Satisfaction*?
7. Bagaimana Pengaruh *Information Quality* terhadap *Confirmation*?
8. Bagaimana Pengaruh *Service Quality* terhadap *Utilitarian Value*?
9. Bagaimana Pengaruh *Service Quality* terhadap *Satisfaction*?
10. Bagaimana Pengaruh *Service Quality* terhadap *Confirmation*?
11. Bagaimana Pengaruh *Privacy and Security Concerns* terhadap *Utilitarian Value*?
12. Bagaimana Pengaruh *Privacy and Security Concerns* terhadap *Satisfaction*?
13. Bagaimana Pengaruh *Privacy and Security Concerns* terhadap *Confirmation*?
14. Bagaimana Pengaruh *Performance Expectancy* terhadap *Utilitarian Value*?
15. Bagaimana Pengaruh *Performance Expectancy* terhadap *Satisfaction* ?
16. Bagaimana Pengaruh *Performance Expectancy* terhadap *Confirmation*?
17. Bagaimana Pengaruh *Social Influence* terhadap *Utilitarian Value*?
18. Bagaimana Pengaruh *Social Influence* terhadap *Satisfactions*?
19. Bagaimana Pengaruh *Social Influence* terhadap *Confirmation*?
20. Bagaimana Pengaruh *Facilitating Conditions* terhadap *Utilitarian Value*?
21. Bagaimana Pengaruh *Facilitating Conditions* terhadap *Satisfaction*?
22. Bagaimana Pengaruh *Facilitating Conditions* terhadap *Confirmation*?
23. Bagaimana Pengaruh *Utilitarian Value* terhadap *Satisfaction* ?
24. Bagaimana Pengaruh *Utilitarian Value* terhadap *Continued Intention to Use Lapers bot Telegram APP*?
25. Bagaimana Pengaruh *Confirmation* terhadap *Continued Intention to Use Lapers bot Telegram APP*?
26. Bagaimana Pengaruh *Confirmation* terhadap *Satisfaction* ?
27. Bagaimana Pengaruh *Satisfaction* terhadap *Continued Intention to Use Lapers bot Telegram APP*?

28. Apakah variabel *control Gender, Age, Education* dan *Revenue* berpengaruh terhadap *Continued Intention to Use Lapers bot Telegram APP* ?

1.4. Tujuan Penelitian

Dengan mengacu pada peristiwa yang sedang terjadi, serta pemaparan latar belakang dan rumusan masalah, penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui gambaran *System Quality, Information Quality, Service Quality, Privacy and Security Concerns, Performance Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Utilitarian Value, Satisfaction, Confirmation, Continued Intention to Use Lapers bot Telegram APP*.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Sytem Quality* terhadap *Utilitarian Value*.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Sytem Quality* terhadap *Satisfaction*.
4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Sytem Quality* terhadap *Confirmation*.
5. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Information Quality* terhadap *Utilitarian Value*?
6. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Information Quality* terhadap *Satisfaction*.
7. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Information Quality* terhadap *Confirmation*.
8. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Service Quality* terhadap *Utilitarian Value*.
9. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Service Quality* terhadap *Satisfaction*.
10. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Service Quality* terhadap *Confirmation*.
11. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Privacy and Security Concerns* terhadap *Utilitarian Value*.

12. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Privacy and Security Concerns* terhadap *Satisfaction*.
13. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Privacy and Security Concerns* terhadap *Confirmation*.
14. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Performance Expectancy* terhadap *Utilitarian Value*.
15. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Performance Expectancy* terhadap *Satisfaction*.
16. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Performance Expectancy* terhadap *Confirmation*.
17. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Social Influence* terhadap *Utilitarian Value*.
18. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Social Influence* terhadap *Satisfaction*.
19. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Social Influence* terhadap *Confirmation*.
20. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Facilitating Conditions* terhadap *Utilitarian Value*.
21. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Facilitating Conditions* terhadap *Satisfaction*.
22. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Facilitating Conditions* terhadap *Confirmation*.
23. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Utilitarian Value* terhadap *Satisfaction*.
24. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Utilitarian Value* terhadap *Continued Intention to Use Lapers bot Telegram APP*.
25. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Confirmation* terhadap *Continued Intention to Use Lapers bot Telegram APP*.
26. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Confirmation* terhadap *Satisfaction*.

27. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Satisfaction* terhadap *Continued Intention to Use Lapers bot Telegram APP*.

28. Mengetahui apakah variabel *control Gender, Age, Education* dan *Revenue* berpengaruh terhadap Niat Berkelanjutan untuk Menggunakan Aplikasi *Lapers bot Telegram*.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini dari tujuan yang telah disebutkan sebelumnya adalah:

1. Aspek teoritis

Melalui penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana pembelajaran dan pengetahuan untuk perkembangan ilmu pengetahuan mencakup konsep-konsep yang berkaitan dengan pengalaman pengguna, kepuasan pengguna serta mengetahui persepsi karyawan terhadap pengambilan keputusan.

2. Aspek praktis

Penelitian ini mencakup penerapan hasil penelitian dalam konteks PT. Telekomunikasi Selular. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi perusahaan tersebut dalam mengoptimalkan pengalaman pengguna aplikasi mereka, meningkatkan kepuasan pengguna, dan mempengaruhi keputusan pemilihan aplikasi. Dengan demikian, perusahaan dapat mengambil langkah efektif untuk meningkatkan layanan dan produk mereka.

1.6. Sistematika Penulisan Tugas Akhir

a. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas dan padat yang menggambarkan dengan tepat isi penelitian. Isi bab ini meliputi: Gambaran Umum Objek penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan Tugas Akhir.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori dari umum sampai ke khusus, disertai penelitian terdahulu dan dilanjutkan dengan kerangka pemikiran penelitian yang diakhiri dengan hipotesis jika diperlukan.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis temuan yang dapat menjawab masalah penelitian. Bab ini meliputi uraian tentang: Jenis Penelitian, Operasionalisasi Variabel, Populasi dan Sampel (untuk kuantitatif) / Situasi Sosial (untuk kualitatif), Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Reliabilitas, serta Teknik Analisis Data.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan diuraikan secara sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian dan disajikan dalam sub judul tersendiri. Bab ini berisi dua bagian: bagian pertama menyajikan hasil penelitian dan bagian kedua menyajikan pembahasan atau analisis dari hasil penelitian. Setiap aspek pembahasan hendaknya dimulai dari hasil analisis data, kemudian diinterpretasikan dan selanjutnya diikuti oleh penarikan kesimpulan. Dalam pembahasan sebaiknya dibandingkan dengan penelitianpenelitian sebelumnya atau landasan teoritis yang relevan.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian, kemudian menjadi saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian.