

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan era digitalisasi yang terus mengalami peningkatan memberikan peluang pada industri telekomunikasi seluler yang ada di Indonesia. Bidang ini memberikan peran penting dalam pembangunan ekonomi pada suatu negara. Di Indonesia sendiri industri telekomunikasi seluler mengalami kemajuan yang cukup pesat dari tahun ke tahun yang mengakibatkan persaingan dalam industri telekomunikasi seluler antar provider menjadi sangat kompetitif (Sjioen & Makaweru, 2021). Dengan persaingan yang kompetitif antar industri telekomunikasi seluler membuat setiap provider meningkatkan kualitas dan performa yang mereka miliki, mengingat sektor dibidang ini keberadaannya sangat dibutuhkan oleh masyarakat dalam memenuhi kebutuhan informasi dan komunikasi. Fenomena yang terjadi tidak terlepas dari adanya dampak modernisasi yang terjadi saat ini, membuat pola pemikiran dan kehidupan pun berubah, hal tersebut dipicu adanya pola konsumsi konsumen yang serba menginginkan kemudahan dalam hal informasi dan komunikasi (Isabel Belo et al., 2020).

Sektor telekomunikasi seluler di Indonesia mengalami pertumbuhan sebesar 10,88% pada kuartal II 2020, hal tersebut menunjukkan tingkat pengguna yang semakin besar mengharuskan adanya ekspansi yang dilakukan oleh setiap perusahaan telekomunikasi seluler (Redaksi, 2020).

Pertumbuhan bidang telekomunikasi dapat dilihat lebih rinci pada gambar 1.1 berikut ini :



[Rilis BPS] Data Pertumbuhan Ekonomi Triwulan II 2020 - 5 Agustus 2020

Gambar 1. 1

Pertumbuhan Industri Telekomunikasi DiIndonesia

Sumber : <https://techbiz.id/2020/08/q2-2020-industri-telekomunikasi-tumbuh-di-atas-10/>

Dari data diatas menunjukkan bahwa pertumbuhan industri telekomunikasi mengalami kenaikan, bukan hanya ditahun 2019 tetapi mengalami kenaikan ditahun 2020, dan diharapkan ekspansi menjadi salah satu cara agar disetiap tahunnya terjadi pertumbuhan industri telekomunikasi yang ada di Indonesia.

Adanya pertumbuhan di bidang telekomunikasi tidak terlepas dari prodak unggulan yang disediakan oleh para perusahaan telekomunikasi. Internet menjadi salah satu prodak unggulan dikarenakan tingkat penggunaan internet di Indonesia sebesar 73,7% dari total keseluruhan penduduk yang ada. Hal tersebut telah dibuktikan oleh lembaga riset Hootsuite yang menunjukkan bahawa jumlah penduduk di Indonesia perjanuari 2021 sebesar 274,9 Juta jiwa dengan penduduk yang menggunakan internet sebesar 202,6 juta jiwa. Untuk mengetahui data penduduk Indonesia dan pengguna internet lebih rinci dapat dilihat pada gambar 1.2 berikut ini :



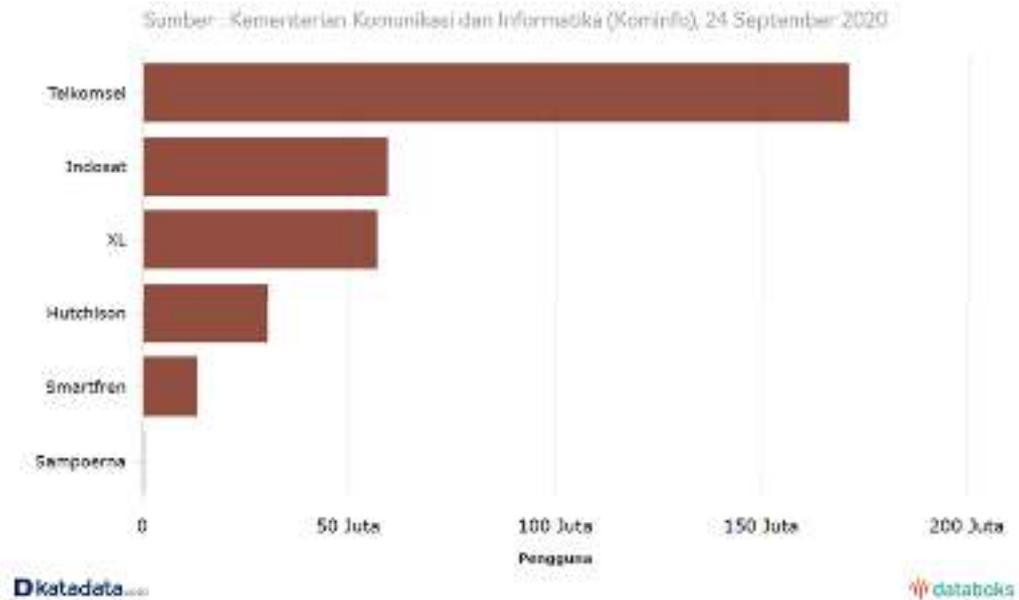
Gambar 1. 2

Data Penduduk Dan Pengguna Internet

Sumber : <https://inet.detik.com/cyberlife/d-5407210/pengguna-internet-indonesia-tembus-2026-juta>

Dari data diatas menunjukan bahwa tingkat penggunaan internet di Indonesia termasuk kedalam katagori yang cukup besar, hal tersebut disebabkan adanya kebutuhan akan internet dalam menunjang kehidupan sehari-hari. Penggunaan internet di era digital lebih mudah dilakukan, karna bukan hanya bisa di akses melalui komputer atau laptop saja, tetapi internet bisa diakses melalui smartphone. Penggunaan internet di smartphone tidak terlepas dari GSM dan CDMA, saat ini ada berbagai macam operator GSM atau pun CDMA yang ada di Indonesia.

Mengingat tingkat penggunaan internet di Indonesia cukup besar, maka dari itu kita akan mencari tahu operator seluler apa yang paling mendominasi di Indonesia. Berikut survei yang dilakukan oleh databoks mengenai jumlah pengguna operator seluler di Indonesia diantaranya :



Gambar 1.3

Jumlah Pengguna Berdasarkan Operator

Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/28/jumlah-pengguna-telkomsel-terbesar-di-indonesia>

Dari gambar 1.3 diatas terlihat jelas bahwa yang memiliki pangsa pasar terbesar pengguna operator jaringan seluler di Indonesia adalah telkomsel dengan jumlah pengguna sebesar 170 juta jiwa, data tersebut diambil dari kementerian komunikasi dan informatika (Kominf) pertanggal 24 September 2020.

Dari data tersebut sejalan dengan hasil pra survei yang dilakukan peneliti bahwa pengguna telkomsel dikalangan mahasiswa manajemen universitas buana perjuangan karawang pun bisa dikategorikan cukup tinggi sebesar 97,4%. Berikut data pengguna telkomsel dikalangan mahasiswa manajemen universitas buana perjuangan karawang sebagai berikut :

Apakah anda pernah/sedang menggunakan provider/jaringan Telkomsel?

155 jawaban



Gambar 1. 4

Data Pra Survei Pengguna Telkomsel Dikalangan Mahasiswa Manajemen UBP Karawang

Sumber : Pra Survei 2021

Selain itu bukan hanya menjadi pangsa pasar operator jaringan seluler di Indonesia, ternyata telkomsel unggul di segala jenis simcard baik yang berbasis prabayar maupun pascabayar.

Berikut data simcard prabayar diantaranya :

Tabel 1.1
Brand Award Simcard Prabayar

Brand	Tahun 2017	Tahun 2018	Tahun 2019	Tahun 2020	Tahun 2021
Simpati	34.6%	39.7%	40.3 %	34.6%	36.4%
Im3	13.6%	14.4%	12.7%	14.6%	13.5%
XL	13.4%	12.7%	12.0%	11.5%	10.7%
Tri 3	11.4%	9.4%	11.0%	11.2%	9.8%
Kartu AS	8.6%	8.3%	9.4%	11.1%	8.8%

Sumber : www.topbrand.award.com, Data dikaji dari berbagai sumber 2021.

Dari tabel 1.1 terlihat jelas bahwa operator jaringan seluler telkomsel dengan simcard prabayar simpati disetiap tahun menjadi operator dengan pengguna paling banyak diantara operator jaringan seluler lainnya, tetapi berbanding terbalik dengan dengan simcard prabayar kartu As yang justru didapati tingkat penggunaanya dibawah rata-rata dari operator lainnya. Hal tersebut dipicu karna simcard telkomsel bukan hanya menghadirkan 1 kartu prabayar saja melainkan menerbitkan beberapa kartu prabayar seperti simpati, loop dan kartu As sehingga terjadi ketidakmerataan

penggunaan kartu Prabayar dan pada tanggal 18 Juni 2021 ketiga kartu Prabayar Telkomsel resmi dileburkan dan berubah nama menjadi Telkomsel Prabayar, penggabungan ini merupakan strategi untuk menyederhanakan merek (Riyanto Galuh Putri, 2021).

Sedangkan berikut data kartu pascabayar diantaranya :



Gambar 1.5

Brand Index Tracking Simcard Pascabayar

Sumber : <https://www.topbrand-award.com/2020/03/top-brand-index-tracking-simcard-pascabayar/>,

Dari gambar 1.5 di atas terlihat bahwa operator jaringan seluler Telkomsel dengan Simcard Pascabayar Kartu Halo walaupun di setiap tahun terjadi fluktuasi dalam jumlah pengguna tetapi tetap menjadi operator kartu pascabayar yang paling banyak diminati di setiap tahunnya jika dibandingkan dengan kompetitor. Menurut (Riyanto Galuh Putri, 2021) penamaan kartu pascabayar Telkomsel mengalami perubahan sama seperti kartu Prabayar Telkomsel, saat ini layanan pascabayar Kartu Halo berubah menjadi Telkomsel Halo.

Pengguna Simcard Telkomsel selalu menjadi yang terbanyak di antara para kompetitornya baik Simcard Pascabayar maupun Prabayar, hal tersebut tak terlepas dari alasan pengguna menggunakan provider Telkomsel. Dari hasil pra survei yang dilakukan peneliti didapat alasan pengguna menggunakan Telkomsel di kalangan mahasiswa manajemen Ubp Karawang diantaranya sebagai berikut :

Apa alasan anda menggunakan provider jaringan Telkomsel ?
156 jawaban



Gambar 1. 6

Alasan Menggunakan Provider Telkomsel Dikalangan Mahasiswa Manajemen UBP Karawang

Sumber : Pra Survei 2021

Dari data tersebut terlihat bahwa alasan pengguna memilih provider telkomsel dengan jawaban terbanyak dikarnakan telkomsel memiliki koneksi jaringan yang cenderung cepat dan stabil, kemudian disusul dengan jawaban terbanyak ke dua dengan alasan karena jangkauan telkomsel terluas di Indonesia dan jawaban tertinggi ketiga dengan alasan karena pengguna telkomsel sudah terpercaya sejak dulu sampai sekarang.

Perlu diketahui perusahaan telekomunikasi pertama yang ada di Indonesia ialah telkomsel, yang mana kepanjangan dari telekomunikasi seluler. Undang-undang No 36 Tahun 1999 yang mengatur tentang pertelekomunikasian yang ada di Indonesia, serta peraturan pemerintah Nomor 52 tahun 2000 yang membahas tentang penyelenggaraan telekomunikasi (sumber:<https://ngada.org/bn1238-2019.htm>). Pada saat itu pemegang saham perusahaan terdiri dari PT Telkom (65%) dan PT Indosat (35%) yang mana perusahaan tersebut tercatat pada bursa efek New York, dengan tujuan agar telkomsel menjadi oprator seluler yang bertaraf internasional dengan produk yang dapat dikategorikan berstandar internasional (Siahaan et al., 2020).

Saat ini setiap perusahaan telekomunikasi seluler bukan hanya menyediakan *e-service quality* dalam hal jaringan tetapi sudah mengembangkan banyak aspek didalamnya dengan berbagai macam varian untuk menyesuaikan kebutuhan

pengguna dan lebih meningkatkan performa dalam hal *e-service quality*. Telkomsel bukan hanya hadir sebagai pelopor operator telekomunikasi seluler di Indonesia tetapi sampai saat ini masih tetap konsisten dalam berbagai macam varian produk yang selalu berinovasi dari masa ke masa serta meningkatkan *e-service quality* yang membuat *e-trust* atas brand ini tetap terjaga sampai saat ini. Hal tersebut dibuktikan berdasarkan lembaga pemeringkat kualitas internet yang berbasis di Prancis bernama nPerf menyatakan Telkomsel merupakan Mobile Data Connections di Indonesia dengan predikat No 1 Mobile Network Performance seperti pada gambar 1.7 berikut ini :



Gambar 1. 7

Mobile Data Connections In Indonesia

Sumber : <https://www.tek.id/tek/kualitas-jaringan-telkomsel-jadi-juara-dalam-survei-nperf-b2cyf9kho>

Dari gambar 1.7 diatas untuk kesekian kalinya telkomsel menjadi koneksi data seluler dengan kinerja jaringan seluler nomer 1 di Indonesia dengan mendapatkan point sebesar 29.466 lebih tinggi dari operator jaringan seluler tri, xl, im3 dan Smartfren.

Akan tetapi penulis menemukan ketidaksesuaian dari beberapa hasil riset yang telah dipaparkan sebelumnya, yakni berupa ketidakpuasan yang dirasakan konsumen terhadap provider telkomsel dan keluhan lain yang berkaitan dengan provider telkomsel. Data diambil dari rating dan ulasan di my telkomsel yang bersumber dari google play store berikut ini :



Gambar 1.8

Ketidakpuasan Pengguna Provider Telkomsel

Sumber : Google Play Store

Pada ulasan digambar 1.8 terlihat bahwa pengguna mengeluhkan kecewa karena jaringan telkomsel yang buruk dan sering eror, bahkan dari salah satu ulasan pengguna mengatakan “katanya telkomsel jaringannya paling luas, menjangkau daerah pelosok tapi tempatku yang daerah perkotaan saja ko jaringannya lemot, keluhan pengguna sudah banyak dan sudah lama tapi jaringan tidak pernah diperbaiki” pungkas Bagus Ramaputra yang memberikan ulasan dan reting 1 pada my telkomsel, dan ada beberapa pengguna yang menyerukan untuk berpindah ke operator/provider lain jika jaringan semakin memburuk unggah ulasan M.Hafiz selaku pengguna telkomsel yang memberikan rating 1 juga pada my telkomsel.

Selain dari ketidakpuasan pelanggan yang ditunjukkan melalui ulasan dan reteng digoogle play store, rupanya dalam segi pelayanan khususnya dalam bidang 4G Availability telkomsel dikalahkan dengan operator lain yang memiliki ketersediaan 4G cukup luas di Indonesia, seperti riset yang dilakukan OpenSignal Global Awards 2021 berikut ini :



Smartfren mendapatkan penghargaan di OpenSignal Global Awards 2021 kategori jangkauan 4G atau 4G availability.

Gambar 1.9

Smartfren Unggul di Kategori 4G Availability Mengalahkan Telkomsel

Sumber : <https://www.google.com/amp/s/telset.id/news/telko/4g-smartfren-terluas-menurut-opensignal/>

Dari gambar 1.9 diatas dijelasn bahwa OpenSignal memberikan predikat “Global Leaders” kepada Smartfren pada OpenSignal Global Awards 2021. Penghargaan tersebut diperoleh Smartfren berdasarkan laporan hasil riset OpenSignal berjudul “Global Mobile Network Experience Awards 2021” yang membandingkan kualitas seluler pada berbagai operator di seluruh dunia, termasuk Indonesia.

Hasilnya Smartfren berhasil meraih penghargaan “Global Leaders” untuk kategori 4G Availability bersama dengan operator seluler dunia lainnya. Smartfren bersanding dengan berbagai operator seperti SK Telecom, Jio, Rakuten, T-Mobile dan lain sebagainya.

Berdasarkan penilaian OpenSignal, Smartfren berhasil meraih skor 98% atau hampir mendekati angka sempurna yakni 100%. Di kategori 4G Availability sendiri dimenangkan oleh LG U+ dari Korea Selatan yang memiliki skor 99,7%.

“Smartfren mendapatkan skor tertinggi 98% dalam pengalaman jangkauan 4G se-Asia Tenggara atau hanya kurang 2% dari skor sempurna,” tulis OpenSignal.

Dari pemaparan tersebut bisa dilihat bahwa ada kelemahan yang dimiliki telkomsel, kelemahan tersebut harusnya bisa memotivasi telkomsel untuk lebih meningkatkan performa dan perluasan jaringan lebih merata sesuai dari visi perusahaan telkomsel menjadi penyedia layanan dan solusi gaya hidup digital mobile kelas dunia yang terpercaya.

Selain dari ketersediaan 4G yang dikalahkan smartfren, prodak layanan telkomsel jika dibandingkan dengan operator lain dalam pembelian paket data dirasa kurang bersahabat, seperti pada data berikut ini :



Gambar 1.10

Perbandingan layanan Pembelian Paket Data yang diberikan Telkomsel dengan Indosat

Provider Telkomsel

Provider Indosat

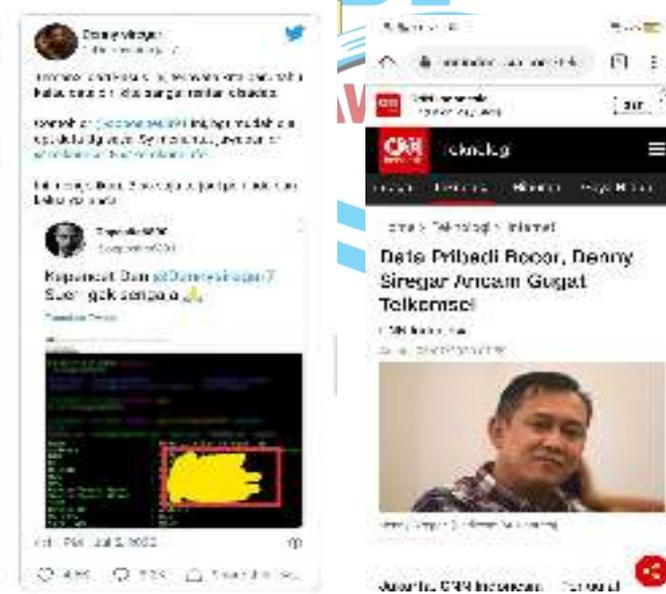
Sumber : Aplikasi My Telkomsel dan My IM3

Dari gambar 1.10 diatas terdapat perbandingan kedua operator seluler dalam layanan pembelian paket data, yang mana walaupun dari segi harga dan masa aktif sama, tetapi yang didapat pelanggan berbeda, di provider telkomsel dengan harga 100 ribu dan masa aktif paket selama 30 hari mendapatkan kuota sebesar 45 GB

dengan kuota utama 25 GB dan Kuota Multimedia 20 GB (hanya aplikasi tertentu) serta mendapat gratis telpon dan sms dengan jumlah yang ditentukan dan bisa digunakan hanya sesama operator telkomsel. Lain halnya dengan provider indosat, yang mana dengan harga 100 ribu mendapatkan kuota utama 50 GB tanpa adanya pembagian dan pembatasan penggunaan kuota dengan masa aktif 30 hari.

Dari perbandingan layanan paket data tersebut jelas provider indosat lebih menguntungkan dan lebih efisien serta hemat dibanding telkomsel yang akses utamanya hanya 50% dari indosat, serta saat ini penggunaan telpon dan sms dirasa kurang begitu diminati, sehingga pemberian gratis telpon dan sms dirasa kurang efektif apalagi dikhususkan hanya sesama operator telkomsel saja.

Perlu diketahui pelanggan merupakan aset perusahaan, maka dari itu kepercayaan terhadap perusahaan merupakan kunci perantara untuk membangun kepuasan pelanggan. Provider telkomsel pernah didapati mengalami kebocoran data pada juli 2020, yang mana hal tersebut bisa saja membuat pelanggan hilang kepercayaan terhadap provider telkomsel, seperti kasus yang terjadi berikut ini :



Gambar 1.11

Data Pribadi pengguna Telkomsel Bocor Tingkat Kepercayaan Menurun

Sumber : <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200706072707-192-521192/data-pribadi-bocor-denny-siregar-ancam-gugat-telkomsel> & <https://www.google.com/amp/s/bisnis.tempo.co/amp/1363869/data-denny-siregar-bocor-tagar-boikot-telkomsel-viral-di-twitter>

Dari gambar 1.11 tersebut diketahui Denny Siregar yang berprofesi sebagai penulis sekaligus pegiat media sosial politik mengkalim data pribadinya bocor kepublik dan diyakini kebocoran berasal dari data telkomsel. Dari sini jelas sistem keamanan data telkomsel yang belum memiliki tingkat proteksi data yang mumpuni sehingga perlu adanya perlindungan data pengguna yang cukup ketat agar tidak terjadi peristiwa serupa dikemudian hari, yang merugikan pengguna telkomsel, karena hal ini akan membuat hilangnya kepercayaan pelanggan terhadap provider telkomsel.

Riset penelitian terdahulu dari (Prisanti et al., 2017) menjelaskan bahwa *e-service quality* dan *e-trust* berpengaruh secara signifikan terhadap *e-customer satisfaction*. Semakin tinggi *e-service quality* dan *e-trust* maka akan semakin tinggi pula *e-customer satisfaction*. Selain itu, pada riset penelitian lain terjadi ketidaksamaan hasil penelitian, yang mana menurut (Kasinem, 2020) dalam penelitiannya menyatakan bahwa dari hasil uji parsial nilai koefisien kualitas pelayanan sebesar 0,588 berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan, yang berarti variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Begitu pun berdasarkan penelitian dari (Mawey et al., 2018) yang menyatakan bahwa secara parsial kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah bank SulutGo.

Riset ini akan menguji tentang *e-service quality* dan *e-trust* terhadap *e-customer satisfaction* pada provider telkomsel. Bersumber pada fenomena yang terjadi pada perusahaan telekomunikasi seluler dengan brand telkomsel yang menjadi pangsa pasar terbesar sejalan dengan penelitian (Putri Nanda Aldila, 2021) dengan *e-service quality* yang selalu unggul dalam berbagai aspek di beberapa tahun sebelumnya, tetapi masih mendapatkan ulasan dan rating buruk di my telkomsel hal ini tidak sejalan dengan penelitian (Eddy et al., 2021) yang merekomendasikan provider telkomsel untuk penggunaan aplikasi video conference dimasa pandemi dan tingkat penyebaran 4G yang lebih unggul dari kompetitor, layanan pembelian paket data yang kurang memuaskan hal tersebut pun tidak sejalan dengan penelitian

(Hartono & Sulistyowati, 2021) yang dalam penelitiannya mengatakan harga yang diberikan telkomsel terjangkau serta terjadinya kebocoran data pengguna yang mana tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hanisah et al., 2019) yang dalam penelitiannya mengatakan Telkomsel menjamin kerahasiaan data pengguna membuat penulis tertarik mengangkat permasalahan yang ada dan penulis ingin melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *E-Service Quality* Dan *E-Trust* Terhadap *E-Customer Satisfaction* Pada Provider Telkomsel (Studi Pada Pengguna Provider Telkomsel Mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang)”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka identifikasi masalah yang akan dijadikan penelitian sebagai berikut :

1. Perlunya peningkatan *e-customer satisfaction* melalui konsistensi Telkomsel dalam penyediaan jaringan yang unggul
2. Adanya perluasan penyebaran koneksi jaringan yang dilakukan Telkomsel guna meratanya ketersediaan jaringan
3. Perlu adanya pengontrolan jaringan disetiap wilayah agar terjadi pemerataan jaringan yang memiliki kualitas yang baik
4. Adanya penyesuaian harga prodak dengan yang didapatkan pengguna
5. Perlunya peningkatan keamanan jaringan terhadap kerahasiaan data pengguna
6. Kurangnya melakukan peningkatan *e-service quality* yang baik dan membangun *e-trust* yang unggul akan mempengaruhi *e-customer satisfaction*, sehingga *e-customer satisfaction* menjadikan *e-service quality* dan *e-trust* menjadi faktor utama yang harus ditingkatkan.

1.3 Batasan Masalah

Dari uraian latar belakang dan identifikasi masalah diatas, maka perlu adanya pembatasan masalah dalam penelitian ini. Adapun pembatasan masalah tersebut adalah sebagai berikut :

1. Bidang kajian penelitian ini adalah bidang ilmu manajemen, khususnya manajemen pemasaran

2. Penelitian ini bersifat mengkaji dan menjelaskan Pengaruh *E-Service Quality* Dan *E-Trust* Terhadap *E-Customer Satisfaction* Pada Provider Telkomsel di lingkungan Mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang
3. Unit analisa pada pengguna Telkomsel Mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang
4. Metode yang digunakan berupa analisis deskriptif Kuantitatif dengan Metode analisis data menggunakan model *path Analysis*
5. Alat bantu analisis menggunakan SPSS 21
6. Responden yang akan diteliti merupakan Mahasiswa Manajemen Aktif Universitas Buana Perjuangan Karawang

1.4 Perumusan Masalah

Dari uraian latar belakang dan identifikasi masalah diatas, maka peneliti dapat menentukan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana *E-Service Quality* pada pengguna provider Telkomsel dilingkungan Mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang
2. Bagaimana *E-Trust* pada pengguna provider Telkomsel dilingkungan Mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang
3. Bagaimana *E-Customer Satisfaction* pada pengguna provider Telkomsel dilingkungan Mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang
4. Apakah terdapat hubungan antara *E-Service Quality* dengan *E-Trust* pada pengguna provider Telkomsel dilingkungan Mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang
5. Apakah terdapat pengaruh parsial dari *E-Service Quality* dan *E-Trust* terhadap *E-Customer Satisfaction* pada pengguna provider Telkomsel dilingkungan Mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang
6. Apakah terdapat pengaruh simultan dari *E-Service Quality* dan *E-Trust* terhadap *E-Customer Satisfaction* pada pengguna provider Telkomsel dilingkungan Mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang

1.5 Tujuan Penelitian

Dengan rumusan masalah yang sudah ditentukan, maka peneliti dapat membuat tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui, menganalisis dan mengkaji *e-service quality* provider Telkomsel dilingkungan Mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang.
2. Untuk mengetahui, menganalisis dan mengkaji *e-trust* provider Telkomsel dilingkungan Mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang.
3. Untuk mengetahui, menganalisis dan mengkaji *e-customer satisfaction* provider Telkomsel dilingkungan Mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang.
4. Untuk mengetahui, menganalisis dan mengkaji hubungan antara *e-service quality* dan *e-trust* terhadap *e-customer satisfaction* pada pengguna provider Telkomsel dilingkungan Mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang.
5. Untuk mengetahui, menganalisis dan mengkaji pengaruh *e-service quality* dan *e-trust* terhadap *e-customer satisfaction* secara parsial pada pengguna provider Telkomsel dilingkungan Mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang.
6. Untuk mengetahui, menganalisis dan mengkaji pengaruh *e-service quality* dan *e-trust* terhadap *e-customer satisfaction* secara simultan pada pengguna provider Telkomsel dilingkungan Mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang.

1.6 Manfaat Penelitian

Pada penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu pengetahuan baru dan menjadi sumber informasi. Secara umum terdapat dua hal utama dari manfaat penelitian baik secara teoritis maupun praktis.

1.6.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis sebagai berikut :

1. Untuk menambah ilmu pengetahuan dalam bidang yang diteliti serta mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang peneliti miliki untuk masyarakat secara umum tentang pengaruh *e-service quality* dan *e-trust* terhadap *e-customer satisfaction*.

2. Hasil penelitian dapat dijadikan referensi bahan studi ilmiah untuk menambah bahan wawasan mahasiswa dan diharapkan dapat menjadi pengetahuan bagi peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan *e-service quality* dan *e-trust* terhadap *e-customer satisfaction*.

1.6.2 **Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis sebagai berikut :

1. Penelitian ini diharapkan juga dapat memberikan sumbangan dalam aspek praktis (guna laksana) yaitu dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan para praktisi perusahaan dalam mengelola manajemen pemasaran khususnya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

