

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pandemi *covid-19* yang terjadi semenjak tahun 2020 membuat banyak kalangan menjadi sulit untuk menjalankan utilitas sehari-hari. Salah satu sektor yang sangat terdampak adalah dunia pendidikan, dari dasar hingga perguruan tinggi. Para siswa dan mahasiswa yang biasanya mengikuti kegiatan pembelajaran secara tatap muka atau bertemu langsung di sekolah, kini tidak lagi dapat melakukannya karena pemerintah menetapkan kebijakan pada tanggal 17 Maret 2020 dengan keluarnya surat edaran dari Menteri Pendidikan yaitu pembelajaran *daring* dan bekerja di rumah (www.edukasi.kompas.com, diunduh pada tanggal 12 Februari 2021).

Kesehatan dan keselamatan adalah tujuan utama dari kebijakan yang diberi pemerintah. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan mengeluarkan beberapa kebijakan, yang pertama adalah pada tahun ajaran 2020/2021 disebut sebagai pembelajaran selama pandemi. Pada periode kedua, Kemendikbud juga mengeluarkan kebijakan yang sama namun dengan terdapatnya wacana akan diadakannya penerapan *New Normal*. Hal ini dilakukan oleh pemerintah agar siswa maupun mahasiswa masih bisa mendapatkan haknya sebagai pelajar (www.kompaspedia.kompas.id, diunduh pada tanggal 12 Februari 2021).

Perkembangan teknologi seakan mendukung kebijakan pemerintah yang

menerapkan *Work from Home*. Teknologi yang semakin berkembang terutama di bidang pendidikan sangat membantu kegiatan pembelajaran dari sekolah dasar hingga perguruan tinggi. Perguruan tinggi salah satu institusi pendidikan yang ikut menerapkan kebijakan *daring*. Perguruan tinggi diharapkan dapat lebih bisa beradaptasi dan berkontribusi. Sumber daya manusia di perguruan tinggi dipercaya lebih bisa untuk menggunakan teknologi yang ada dan yang sedang berkembang, sehingga dapat lebih mudah untuk menciptakan inovasi, adaptasi *upgrading* model interaksi serta *platform*, yang bisa digunakan untuk diterapkan di dunia pendidikan maupun masyarakat secara global selama pandemi *Covid 19* (www.kompas.com, diunduh pada tanggal 12 Februari 2021).

Hampir 100% perguruan tinggi dapat beradaptasi dengan penggunaan teknologi tentunya dengan berbagai macam kekurangan dan persiapan yang belum sempurna. Dosen mahasiswa yang mempunyai kerja sama yang baik menyebabkan dapat teratasinya berbagai kekurangan dari penerapan teknologi untuk pembelajaran. Menurut Pangkalan Pendidikan Tinggi terdapat 95% yang sudah memperbarui basis data (www.tribunnews.com, diunduh pada tanggal 12 Februari 2020).

Kegiatan akademik dan non akademik di perguruan terpaksa dilakukan melalui *daring*. Berbagai teknologi dan cara digunakan oleh tenaga pengajar untuk digunakan sebagai sarana penyampaian pembelajaran. Berbagai perguruan tinggi swasta dan negeri di Indonesia berusaha untuk mencari berbagai cara untuk tetap produktif dalam menjalankan kegiatan akademik maupun non akademik. Meskipun pembelajaran dilakukan secara *daring*, sistem yang benar harus tetap

dilakukan agar materi yang diberikan dosen harus tetap mudah dan tersampaikan secara maksimal kepada mahasiswa. Sistem pembelajaran *synchronous* dan *asynchronous* akhirnya banyak digunakan oleh beberapa perguruan tinggi (www.yoursay.suara.com, diunduh pada tanggal 15 Februari 2021).

Sistem *synchronous* dilakukan dengan bersamaan dan waktu yang berbeda, definisi dari bersamaan dosen dan mahasiswa dapat berkomunikasi di waktu yang bersamaan, sehingga jika mahasiswa mempunyai pertanyaan terkait materi yang diberikan, pertanyaan dapat langsung dijawab oleh dosen. Dengan adanya sistem ini mahasiswa dapat lebih mandiri dalam mempelajari materi dan juga dapat mempelajari materi tidak hanya sekali namun berulang kali. Kedua sistem ini diterapkan dengan sarana *website* dan aplikasi tatap muka secara *daring* di beberapa universitas swasta di Surabaya untuk mendukung kelangsungan kegiatan pembelajaran (www.renesia.com, diunduh pada tanggal 15 Februari 2021).

Tabel 1.1 Lima Universitas Swasta Terbaik di Surabaya yang Menggunakan Sistem *Synchronous* dan *Asynchronous* untuk Pembelajaran *Daring*

No.	Universitas	<i>Asynchronous Online Learning</i>	<i>Asynchronous Online Learning</i>
1	Universitas Pelita Harapan	www.learnuph.edu	Microsoft Teams
2	Universitas Ciputra	www.elearn.uc.ac.id	Zoom Meeting
3	Universitas Kristen Petra	www.lentera.petra.ac.id	Google Meeting
4	Universitas Surabaya	www.uls.ubaya.ac.id	Zoom Meeting
5	Universitas Widya Mandala	www.bella.wima.ac.id	Zoom Meeting

Sumber: www.learn.uph.edu, www.elearn.uc.ac.id, www.lentera.petra.ac.id, www.uls.ubaya.ac.id, www.bella.wima.ac.id, data diunduh dan diolah pada tanggal 15 Februari 2021

Penerapan sistem *synchronous* adalah salah satu cara untuk membuat mahasiswa menjadi sedikit merasakan pembelajaran secara tatap muka meskipun secara *virtual*. Mahasiswa dapat berkomunikasi secara *real time* dengan dosen dan dapat melihat wajah satu sama lain bahkan mengekspresikan kondisi emosi mahasiswa ataupun dosen. (www.muda.kompas.id, diunduh pada tanggal 16 Februari 2021).

Tabel 1.1 menunjukkan beberapa universitas swasta di Surabaya yang menggunakan sistem *synchronous* yang berbeda beda. Microsoft Teams adalah salah satu penerapan *synchronous* aplikasi yang berguna dalam pertemuan tim yang dapat saling menghubungkan antara satu individu dengan individu lain secara online atau *daring*. Aplikasi ini dapat digunakan untuk berbagai kegiatan seperti percakapan *via online*, panggilan video dalam grup dan berbagi konten. Microsoft sendiri adalah bagian dari keluarga Microsoft 365 yang terintegrasi dengan *Office 365* dan *cloud* Microsoft, sehingga pengguna dapat lebih mudah untuk mengambil data, informasi dari berbagai perangkat yang digunakan. Microsoft diluncurkan di New York pada 14 Maret 2017 (www.republika.com, diunduh pada tanggal 16 Februari 2021).



Gambar 1.1 Logo Microsoft Teams

Sumber www.google.com, data diunduh 26 Februari 2021

Pada tahun 2018, saat Microsoft Teams menginjak usia pemakaian satu tahun, aplikasi mulai menambah fitur dengan peluncuran versi gratis. Adapun beberapa fitur lainnya, sistem perekaman *cloud*, sistem ini berguna untuk perekaman data seperti percakapan dan konten yang telah dibagikan selama konferensi berlangsung dengan cara satu kali klik. Hal ini dapat memudahkan pengguna untuk dapat menayangkan kembali konferensi untuk dipelajari kembali. Fitur kedua yang diluncurkan oleh Microsoft Teams adalah fitur penerjemahan, fitur ini digunakan untuk menerjemahkan bahasa asing hal ini dapat memudahkan komunikasi dalam konferensi. Fitur ketiga adalah latar belakang panggilan video yang dapat di *blur*, sehingga membuat tidak salah fokus terhadap objek-objek yang berada di belakang pengguna (www.microsoft.com, diunduh pada tanggal 16 Februari 2021).

Pada tahun 2019, Microsoft Teams mencapai 20 juta pengguna aktif dan terus meningkat. Microsoft Teams yang telah mempunyai berbagai fitur berusaha memberi lebih lagi pengalaman baik bagi penggunanya. Pada tahun 2020 juga Microsoft Teams meningkatkan fiturnya kembali yang pada awalnya hanya mampu menampung peserta grup percakapan sebanyak 100 orang, sekarang di *upgrade* menjadi 250 orang. CEO Microsoft Teams Satya Nadella mengungkapkan, pada tahun 2020 jumlah telah mencapai 115 Juta pengguna aktif. Selama enam bulan terakhir layanan Microsoft Teams terus mengalami pertumbuhan besar hingga lebih dari 50% dimulai semenjak awal terjadinya pandemi (www.harianaceh.com, diunduh 16 Februari 2020).

Pada Tabel 1.2 dilampirkan beberapa pesaing dari Microsoft Teams, tahun

diluncurkan, jumlah unduhan, rating dan jumlah pengulas. Microsoft Teams memiliki statistik yang baik, dilihat dari besarnya *rating* yang diberikan yaitu lebih dari 4 dari 2.000.000 ulasan lebih terjamin kualitasnya daripada aplikasi lainnya. Kualitas tersebut dapat dibuktikan dengan beberapa variabel dengan menggunakan fitur-fitur yang ada. Pentingnya peningkatan kualitas juga harus diperhatikan oleh Microsoft Teams karena akan berpengaruh kepada loyalitas pengguna.

Tabel 1.2 Pesaing Microsoft Teams

No	Aplikasi E-Learning Synchronous	Tahun Diluncurkan	Jumlah Unduhan	Rating di Play Store	Jumlah Review di Play Store
1	Microsoft Teams	2017	100 Juta	4.2	2 Juta
2	Zoom	2011	500 Juta	3.8	2 Juta
3	Google Meet	2017	100 juta	3.7	1 Juta

Sumber: www.play.google.com/store, data diunduh 16 Februari 2021

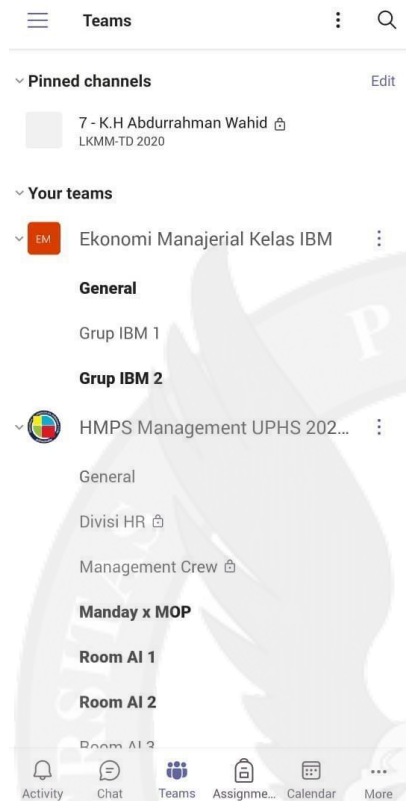
Dari tabel 1.2 dapat terlihat persaingan yang ketat di antara penyedia layanan untuk metode pembelajaran *synchronous*. Microsoft Teams menggunakan sistem *real time online* namun pesaing dari kedua metode pembelajaran dapat meraih pangsa pasar yang cukup besar. Oleh karena itu penting bagi Microsoft Teams untuk dapat meningkatkan *customer loyalty* agar mampu bersaing di tengah ketatnya persaingan yang ada. Adapun alasan pentingnya Moodle untuk meningkatkan *customer loyalty* menurut Lee dan Cunninham (2001) *customer loyalty* merupakan salah satu bagian yang penting bagi perusahaan terutama yang menyediakan layanan jasa dikarenakan *customer loyalty* memiliki kontribusi yang cukup besar dalam penciptaan *sustainable competitive advantage* bagi perusahaan

yang menyediakan layanan jasa (Lee dan Cunninham, 2001).

Menurut Ngo dan Nguyen (2016), *attitudinal loyalty* dapat diartikan sebagai salah satu tahap yang sangat dekat dengan perilaku pembelian berulang dari pelanggan. Dapat terlihat bukti *attitudinal loyalty* Microsoft Teams dari tabel 1.3 jumlah ulasan di Play Store yang tertinggi dan jumlah unduhan tertinggi kedua setelah Zoom. Hal ini menunjukkan adanya peningkatan jumlah penggunaan karena mampu bertahan dari tahun 2017 hingga tahun 2021 dengan ulasan yang positif yang menunjukkan rekomendasi untuk menggunakan Microsoft Teams.

Behavioural loyalty merupakan pembelian ulang/pembelian kembali suatu merek oleh konsumen. Sikap loyal atau *attitudinal loyalty* meliputi tingkat kecenderungan komitmen terhadap suatu merek oleh konsumen menurut (Chiou dan Droge 2006; Dick dan Basu 1994) mengemukakan bahwa *behavioral loyalty* dipahami sebagai konsep yang menekankan pada runtutan pembelian, proporsi pembelian, probabilitas pembelian. Di sisi lain, dapat terlihat bukti *behavioral loyalty* moodle dengan adanya konsistensi pemakaian dari beberapa universitas mempercayakan sistem *E-Learning* menggunakan moodle dan tidak ada rencana perubahan sistem. Selain itu pengguna Moodle memberi *effort* lebih dengan tidak hanya mengakses Moodle di satu perangkat saja, contoh pengguna mendownload aplikasi Moodle di *handphone* sekaligus mengaksesnya lewat browser. Di sisi lain, bukti *behavioural loyalty* Microsoft Teams terdapat pada Gambar 1.4 yaitu tidak hanya menggunakan atau mengakses Microsoft hanya melalui satu perangkat saja. Pengguna mengakses Microsoft Teams dari beberapa *browser* di *personal computer* dan *mobile phone* dengan mengunduh aplikasi di Play Store

atau App Store, Gambar 1.2.

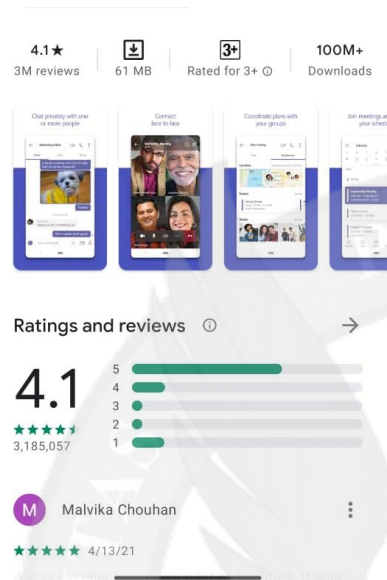


Gambar 1.2 Tampilan *Homepage* Microsoft Teams di Android dan Apple Phone

Sumber: www.microsoftteams.com, data diunduh pada tanggal 26 Februari 2021.

Menurut (Oliver, 1980) *E-Satisfaction* didefinisikan sebagai keadaan emosional yang timbul dari tidak adanya konfirmasi ekspektasi awal positif atau negatif untuk pengalaman kepemilikan atau konsumsi. Menurut (Anderson dan Srinivasan 2003) yang lebih mengarah kepada aspek teknologi dapat didefinisikan sebagai kepuasan konsumen sehubungan dengan pengalaman pembelian sebelumnya dengan situs *web* berorientasi ritel tertentu. Pada Microsoft Teams dapat dibuktikan dengan adanya kepuasan pengguna dari penggunaan Microsoft Teams pada Gambar 1.3, terdapatnya rating yang cukup tinggi dari penggunaan Microsoft Teams di Play Store. Yang membuktikan bahwa pengguna begitu sering

memutuskan menggunakan Microsoft Teams karena pengalaman penggunaan yang baik.

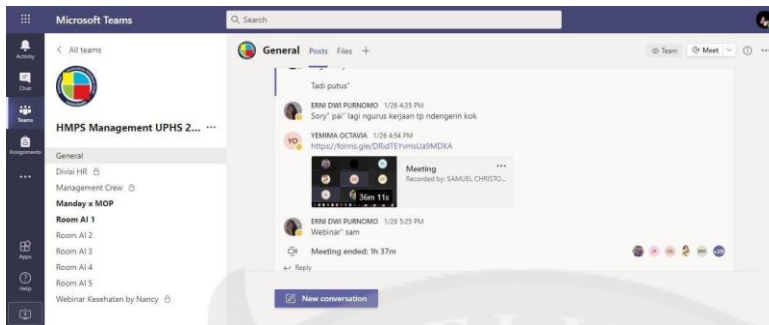


Gambar 1.3 Rating Penggunaan Microsoft Teams

Sumber: www.microsoft.teams.com, diunduh pada tanggal 26 Februari 2021

Menurut (Kim *et. al.*, 2009) mengklaim bahwa perusahaan *online* harus menyadari hal itu untuk membangun *e-loyalty* dan *e-satisfaction*, harus ada pengembangan *e-trust* sebelumnya. *E-Trust* adalah salah satu elemen terpenting yang mengarah pada penciptaan hubungan jangka panjang dengan pengguna, terutama dalam menjaga kerahasiaan informasi yang berkaitan dengan *client*, dan komitmen untuk memberikan layanan / produk terbaik. Bukti bahwa Microsoft Teams memenuhi kriteria *e-trust* yaitu pada Gambar 1.4, fitur mendukung bahwa Microsoft Teams bukan hanya diperuntukan untuk edukasi saja melainkan dapat menjadi sarana *virtual meeting* untuk organisasi bahkan berbagi kegiatan dibidang pekerjaan. Ini membuktikan bahwa Microsoft Teams memberi dampak yang positif bagi seluruh kegiatan *virtual meeting* sehingga banyak pengguna

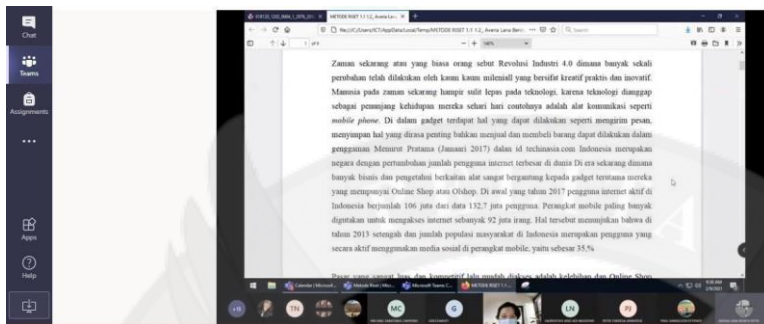
merekomendasikan Microsoft Teams menjadi sarana *virtual meeting*.



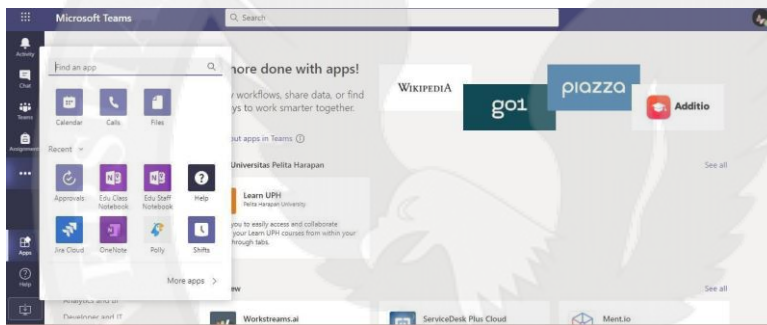
Gambar 1.4 Organisasi Yang Menggunakan Teams Sebagai Sarana Rapat
Sumber: www.microsoft.teams.com, diunduh pada tanggal 26 Februari 2021

Menurut Ranganathan dan Ganapathy (2002) *efficiency* didefinisikan sebagai kemudahan dan kecepatan mengakses dan menggunakan situs. *Efficiency* dianggap sangat penting dalam *E-Commerce* karena kemudahan dan penghematan waktu umumnya dianggap sebagai alasan utama untuk belanja *online*. Atau yang dapat didefinisikan dalam penelitian ini dengan bagaimana pengguna dapat dengan mudah menggunakan fitur-fitur yang ada. Adapun bukti *efficiency* Microsoft Teams dapat dibuktikan dengan bagaimana pengguna mendapat akses yang mudah. Fitur-fitur Microsoft Teams seperti *video conference* yang berkapasitas hingga 250 orang, dapat digunakan untuk bertatap muka dalam waktu yang bersamaan antara dosen dan mahasiswa pada saat pembelajaran berlangsung, fitur sangat membantu sehingga pembelajaran dapat tetap dirasakan secara nyata meskipun *virtual*. Adapun bukti berdasarkan Gambar 1.5 berbagai tampilan yang dapat diubah di fitur *group video conference* dapat digunakan juga oleh dosen untuk memeriksa kehadiran mahasiswa serta berbagi materi dengan *share screen*. Pada Gambar 1.6 terdapat fitur *linkedin* dari atau ke aplikasi lain dapat diakses dengan mudah. Tombol akses yang langsung terdapat di sisi sebelah kiri

tidak akan berubah meskipun kita berpindah pindah pages dapat mempercepat kegiatan yang diperlukan (www.inet.detik.com, diunduh pada tanggal 26 Februari 2021).



Gambar 1.5 Teknologi Share Screen dan Terdapat Lebih Dari 10 Participant
Sumber: www.teams.microsoft.com, diunduh pada tanggal 26 Februari 2021



Gambar 1.6 Kemudahan Akses Aplikasi lain di Microsoft Teams
Sumber: www.microsoft.teams.com, diunduh pada tanggal 26 Februari 2021

Menurut Rapoport dan Prabowo (1998), *privacy* didefinisikan sebagai suatu kemampuan untuk mengontrol interaksi, kemampuan untuk memperoleh pilihan-pilihan dan kemampuan untuk mencapai interaksi seperti yang diinginkan. Bukti *privacy* dari Microsoft Teams terdapat pada Gambar 1.7, pengguna dapat mengatur status pribadi pengguna ke *do not disturb*. Dengan fitur ini, pengguna Microsoft Teams dapat tetap menerima pemberitahuan dari pengguna lain yang mendapat prioritas, untuk mengurai gangguan dari hal yang tidak penting atau tidak sesuai kebutuhan. Selain *do not disturb*, ada fitur *blocked* fitur yang digunakan untuk mencegah *spam* dari pengguna tertentu yang mengirim konten yang buruk dan

mengganggu. Semua data di enkripsi saat menyimpan di perangkat dan saat transit. Operasi Microsoft Teams mempunyai sifat yang transparan dan permanen akses. Standar keamanan yang telah dilakukan seperti UE Model Clauses, ISO 27001, SOC 2, HIPAA yang telah menjadi standar keamanan layanan *office 365* lainnya dan telah dikelola secara terpusat. Dijanjikan sistem keamanan data yang ketat dan terjamin diharapkan menjadikan pengguna merasa nyaman dan aman untuk menggunakan layanan Microsoft Teams (www.microsoft.com, diunduh pada 15 Februari).

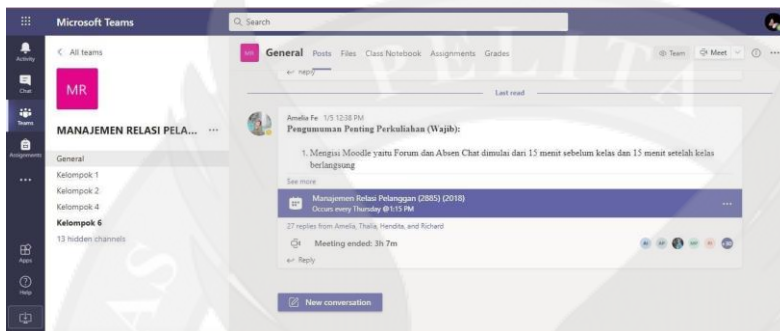


Gambar 1.7. Fitur Do Not Disturb dan Blocked

Sumber: www.microsoft.teams.com, diunduh pada tanggal 26 Februari 2021

Menurut Bailey (1982) *reliability* berkenaan dengan seberapa jauh alat ukur yang kita kembangkan dapat dipercaya atau dapat diandalkan, dalam arti alat ukur tersebut akan menghasilkan nilai yang konsisten (keajegan) meskipun digunakan berkali-kali. Adapun bukti fitur chat yang ada di Microsoft Teams juga dapat membantu berlangsungnya pembelajaran dapat dibuktikan pada Gambar 1.8 Pada saat *video conference* berlangsung lalu mahasiswa ingin bertanya atau izin untuk melakukan hal lain, tanpa menyela perkataan dosen, mahasiswa dapat menyampaikan melalui fitur chat ini. Tidak hanya untuk satu individu saja, fitur chat dapat juga digunakan untuk seluruh peserta *meeting* yang berada di dalam

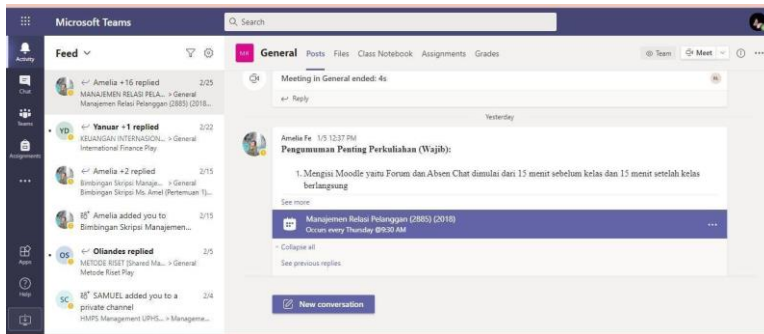
grup. Selain mengirim chat berupa tulisan, fitur chat dapat juga digunakan untuk mengirim Gambar di waktu yang bersamaan. Di sisi lain, adapun bukti *reliability* Microsoft Teams pada Gambar 1.8, fitur *chat* yang dapat digunakan untuk memuat beberapa pengumuman dan dapat juga untuk menuliskan anggota kelompok sehingga menghemat waktu diskusi.



Gambar 1.8 Fitur chat

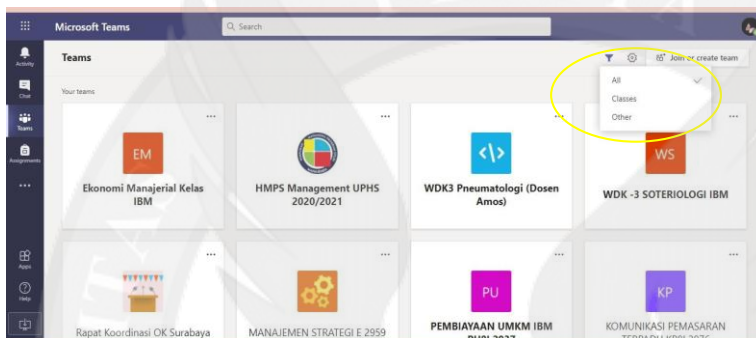
Sumber: www.microsoft.teams.com , diunduh pada tanggal 26 Februari 2021

Menurut Loiacono *et. al*, (2007), *emotional benefit* dapat mengacu pada daya tarik visual, inovasi, daya tarik emosional, atau hanya apakah hal tersebut menarik (Cao *et. al.*, 2005). Adapun bukti Microsoft Teams dapat dibuktikan pada Gambar 1.9 Dan 1.10 fitur-fitur yang tertata rapi, ter kelompoknya *room* yang diikuti oleh pengguna, serta dengan mudah diurutkan sesuai selera atau kebutuhan. Terdapat juga halaman depan *feed* yang selalu *terupdate* dengan sendirinya setelah melakukan kegiatan. Membuat pengguna menjadi senang karena adanya kemudahan yang ada.



Gambar 1.9 Tampilan Feed Yang Tertata Sesuai Waktu Terakhir Kegiatan Yang Dijalankan

Sumber: www.microsoft.teams.com, diunduh pada tanggal 26 Februari 2021

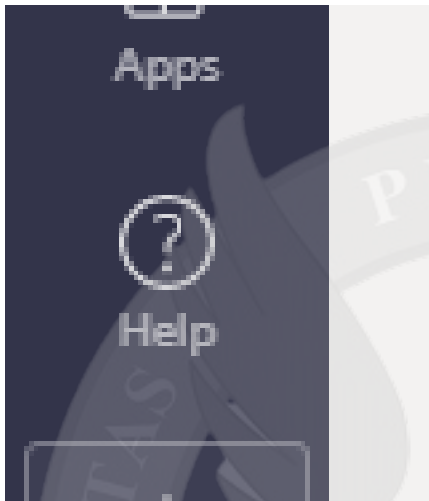


Gambar 1.10 Tampilan Room Microsoft Teams

Sumber: www.microsoft.teams.com, diunduh pada tanggal 26 Februari 2021

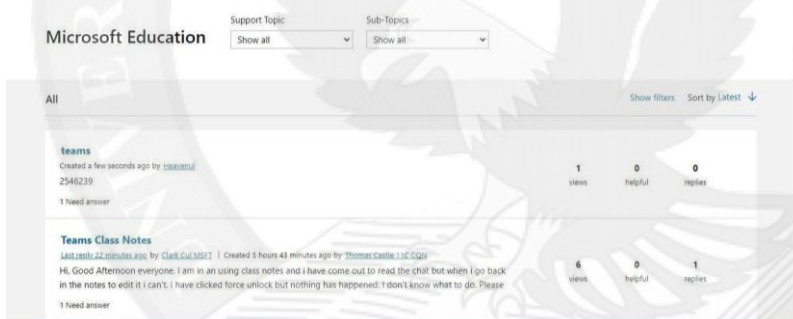
Menurut Santos (2003), *customer service* dapat didefinisikan sebagai kemampuan situs web untuk menjaga hubungan dengan pelanggan ketika terjadi masalah dalam transaksi, dan kemampuan untuk menyediakan berbagai mode komunikasi dengan pelanggan. Komunikasi dapat didefinisikan sebagai memberi informasi yang memadai kepada pelanggan dan menggunakan bahasa yang dapat dimengerti. Gounaris dan Dimitriadis (2003) menegaskan bahwa layanan pelanggan merupakan faktor penting dalam mengukur *e-service quality*, mempertimbangkan seberapa mudah pelanggan dapat berkomunikasi dengan staf layanan pelanggan departemen dan menerima jawaban dengan cepat untuk permintaan dan email. Di sisi lain, adapun bukti *customer service*. Adapun bukti Microsoft Teams dapat dibuktikan pada Gambar 1.10, yaitu di dalam Microsoft

Teams fitur *help* yang jika diklik akan membantu pengguna untuk masuk ke halaman pengajuan pertanyaan Gambar 1.11 seputar bantuan dan akan dijawab oleh komunitas Microsoft Teams.



Gambar 1.10 Fitur Help

Sumber: www.microsoft.teams.com, diunduh pada tanggal 26 Februari 2021



Gambar 1.11 Halaman bantuan untuk Microsoft Teams

Sumber: www.answers.microsoft.com, diunduh pada tanggal 26 Februari 2021

Dapat dilihat dari semua penjelasan diatas bahwa penelitian ini penting bagi layanan Microsoft Teams dan Moodle, karena persaingan dalam dunia layanan pembelajaran digital sangatlah ketat, maka dari itu Microsoft Teams perlu melakukan upaya dan usaha untuk terus meningkatkan *customer loyalty* melalui *behavioural loyalty* dan *attitudinal loyalty*. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada *efficiency*, *privacy*, *reliability*, *emotional benefit*, *customer service*, *e-trust* dan

e-satisfaction. Di dalam mempengaruhi *customer loyalty*. Sehingga penelitian ini kiranya dapat membantu penyedia layanan Microsoft Teams untuk mengambil keputusan yang akan dibuat kedepannya. Maka dari itu, penelitian ini akan berfokus kepada analisis pengaruh *e-trust* dan *e-satisfaction* terhadap *attitudinal loyalty* dan *behavioral loyalty* Pada Mahasiswa Perguruan tinggi pengguna *synchronous online learning* Microsoft Teams dan *asynchronous online learning* Moodle di surabaya.

1.2. Batasan Masalah

Terdapat variabel yang membatasi penelitian ini diantaranya adalah *efficiency, privacy, reliability, emotional benefit, customer service* berpengaruh terhadap *e- satisfaction e- trust* yang berdampak kepada *behavioural loyalty* dan *attitudinal loyalty* pada mahasiswa Perguruan Tinggi pengguna Microsoft Teams di Surabaya. Adapun karakteristik responden yang diteliti adalah sebagai berikut:

1. Berjenis kelamin baik pria maupun wanita
2. Berusia 18-60 tahun (Kotler dan Armstrong, 2009)
3. Mahasiswa Perguruan Tinggi di Surabaya
4. Perguruan Tinggi yang menggunakan Moodle dan Microsoft Teams di Surabaya
5. Menggunakan Microsoft Teams minimal 2 kali dalam seminggu terakhir.
6. Menggunakan Moodle dan Microsoft Teams hingga saat ini.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan data-data dan fakta dalam latar belakang penelitian ini, dapat dirumuskan menjadi rumusan masalah secara umum dan spesifik. Rumusan masalah secara umum dalam penelitian ini adalah faktor apa saja yang mempengaruhi *e-satisfaction* dan *e-trust* terhadap *behavioural loyalty* dan *attitudinal loyalty*.

- 1a. Apakah *efficiency* berpengaruh signifikan terhadap *e-satisfaction* pada mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta pengguna Moodle di Surabaya?
- 1b. Apakah *efficiency* berpengaruh signifikan terhadap *e-satisfaction* pada mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta pengguna Microsoft Teams di Surabaya?
- 2a. Apakah *efficiency* berpengaruh signifikan terhadap *e-trust* pada mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta pengguna Moodle di Surabaya?
- 2b. Apakah *efficiency* berpengaruh signifikan terhadap *e-trust* pada mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta pengguna Microsoft Teams di Surabaya?
- 3a. Apakah *privacy* berpengaruh signifikan terhadap *e-satisfaction* pada mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta pengguna Moodle di Surabaya?
- 3b. Apakah *privacy* berpengaruh signifikan terhadap *e-satisfaction* pada mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta pengguna Microsoft Teams di Surabaya?
- 4a. Apakah *privacy* berpengaruh signifikan terhadap *e-trust* pada mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta pengguna Moodle di Surabaya?
- 4b. Apakah *privacy* berpengaruh signifikan terhadap *e-trust* pada mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta pengguna Microsoft Teams di Surabaya?

- 5a. Apakah *reliability* berpengaruh signifikan terhadap *e-satisfaction* pada mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta pengguna Moodle di Surabaya?
- 5b. Apakah *reliability* berpengaruh signifikan terhadap *e-satisfaction* pada mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta pengguna Microsoft Teams di Surabaya?
- 6a. Apakah *reliability* berpengaruh signifikan terhadap *e-trust* pada mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta pengguna Moodle di Surabaya?
- 6b. Apakah *reliability* berpengaruh signifikan terhadap *e-trust* pada mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta pengguna Microsoft Teams di Surabaya?
- 7a. Apakah *emotional benefit* berpengaruh signifikan terhadap *e-satisfaction* pada mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta pengguna Moodle di Surabaya?
- 7b. Apakah *emotional benefit* berpengaruh signifikan terhadap *e-satisfaction* pada mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta pengguna Microsoft Teams di Surabaya?
- 8a. Apakah *emotional benefit* berpengaruh signifikan terhadap *e-trust* pada mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta pengguna Moodle di Surabaya?
- 8b. Apakah *emotional benefit* berpengaruh signifikan terhadap *e-trust* pada mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta pengguna Moodle di Surabaya?
- 9a. Apakah *customer service* berpengaruh signifikan terhadap *e-satisfaction* pada mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta pengguna Moodle di Surabaya?
- 9b. Apakah *customer service* berpengaruh signifikan terhadap *e-satisfaction* pada mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta pengguna Microsoft Teams di Surabaya?
- 10a. Apakah *customer service* berpengaruh signifikan terhadap *e-trust* pada mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta pengguna Moodle di Surabaya?

- 10b. Apakah *customer service* berpengaruh signifikan terhadap *e-trust* pada mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta pengguna Microsoft Teams di Surabaya?
- 11a. Apakah *e-trust* berpengaruh signifikan terhadap *e-satisfaction* pada mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta pengguna Moodle di Surabaya?
- 11b. Apakah *e-trust* berpengaruh signifikan terhadap *e-satisfaction* pada mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta pengguna Microsoft Teams di Surabaya?
- 12a. Apakah *e-satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *behavioural loyalty* pada mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta pengguna Moodle di Surabaya?
- 12b. Apakah *e-satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *behavioural loyalty* pada mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta pengguna Microsoft Teams di Surabaya?
- 13a. Apakah *e-satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *attitudinal loyalty* pada mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta pengguna Moodle di Surabaya?
- 13b. Apakah *e-satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *attitudinal loyalty* pada mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta pengguna Microsoft Teams di Surabaya?
- 14a. Apakah *e-trust* berpengaruh signifikan terhadap *behavioural loyalty* pada mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta pengguna Moodle di Surabaya?
- 14b. Apakah *e-trust* berpengaruh signifikan terhadap *behavioural loyalty* pada mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta pengguna Microsoft Teams di Surabaya?
- 15a. Apakah *e-trust* berpengaruh signifikan terhadap *attitudinal loyalty* pada mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta pengguna Moodle di Surabaya?

- 15a. Apakah *e-trust* berpengaruh signifikan terhadap *attitudinal loyalty* pada mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta pengguna Microsoft Teams di Surabaya?
- 16a. Apakah *behavioural loyalty* berpengaruh signifikan terhadap *attitudinal loyalty* pada mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta pengguna Moodle dan Microsoft Teams di Surabaya?
- 16b. Apakah *behavioural loyalty* memiliki pengaruh signifikan terhadap *attitudinal loyalty* pada mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta pengguna Microsoft Teams di Surabaya?

1.4. Tujuan Penelitian

Setiap Penelitian tentunya memiliki tujuan. Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah faktor apa saja yang mempengaruhi *E - satisfaction* dan *E-trust* terhadap *behavioural loyalty* dan *attitudinal loyalty* pada pengguna Moodle dan Microsoft Teams di Surabaya. Tujuan spesifik dari penelitian ini adalah: Untuk mengetahui dan menganalisa *e-satisfaction* dan *e-trust* terhadap *behavioural loyalty* dan *attitudinal loyalty* pada mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta pengguna Moodle dan Microsoft Teams di Surabaya.

1. Untuk mengetahui apakah *efficiency* berpengaruh signifikan terhadap *e-satisfaction* pada mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta pengguna Microsoft Teams di Surabaya
2. Untuk mengetahui apakah *efficiency* berpengaruh signifikan terhadap *e-trust*

pada mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta pengguna Moodle di Surabaya

2. Untuk mengetahui apakah *efficiency* berpengaruh signifikan terhadap *e-trust* pada mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta pengguna Microsoft Teams di Surabaya
3. Untuk mengetahui apakah *privacy* berpengaruh signifikan terhadap *e-satisfaction* pada mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta pengguna Microsoft Teams di Surabaya
4. Untuk mengetahui apakah *privacy* berpengaruh signifikan terhadap *e-trust* pada pengguna Microsoft Teams di Surabaya
5. Untuk mengetahui apakah *reliability* berpengaruh signifikan terhadap *e-satisfaction* pada mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta pengguna Microsoft Teams di Surabaya
6. Untuk mengetahui apakah *reliability* berpengaruh signifikan terhadap *e-trust* pada mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta pengguna Microsoft Teams di Surabaya
7. Untuk mengetahui apakah *emotional benefit* berpengaruh signifikan terhadap *e-satisfaction* pada mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta pengguna Microsoft Teams di Surabaya
8. Untuk mengetahui apakah *emotional benefit* berpengaruh signifikan terhadap *e-trust* pada mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta pengguna Microsoft

Teams di Surabaya

9. Untuk mengetahui apakah *emotional benefit* berpengaruh signifikan terhadap *e-satisfaction* pada mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta pengguna Microsoft Teams di Surabaya
10. Untuk mengetahui apakah *customer service* berpengaruh signifikan terhadap *e-satisfaction* pada mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta pengguna Microsoft Teams di Surabaya
11. Untuk mengetahui apakah *customer service* berpengaruh signifikan terhadap *e-trust* pada mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta pengguna Microsoft Teams di Surabaya
12. Untuk mengetahui apakah *e-trust* berpengaruh signifikan terhadap *e-satisfaction* pada mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta pengguna Microsoft Teams di Surabaya
13. Untuk mengetahui apakah *e-satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioural Loyalty* pada mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta pengguna Microsoft Teams di Surabaya
14. Untuk mengetahui apakah *e-satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *attitudinal loyalty* pada mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta pengguna Microsoft Teams di Surabaya

15. Untuk mengetahui apakah *e-trust* berpengaruh signifikan terhadap *behavioural loyalty* pada mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta pengguna Microsoft Teams di Surabaya
16. Untuk mengetahui apakah *e-trust* berpengaruh signifikan terhadap *attitudinal loyalty* pada mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta pengguna Microsoft Teams di Surabaya

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat memberikan beberapa manfaat kepada banyak pihak. Manfaat dari penelitian ini dapat dibagi menjadi manfaat teoritis dan manfaat praktis dengan penjelasan sebagai berikut:

1.5.1. Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini mendukung teori teori yang telah ada tentang *efficiency*, *privacy*, *reliability*, *emotional benefit*, *customer service*, *satisfaction*, *e-trust*, *behavioural loyalty*, *attitudinal loyalty*.
2. Penelitian ini dapat mendukung hasil penelitian terdahulu tentang *efficiency*, *privacy*, *reliability*, *emotional benefit*, *customer service*, *satisfaction*, *e-trust*, *behavioural loyalty*, *attitudinal loyalty*.
3. Penelitian ini dapat berguna sebagai referensi bagi peneliti lain yang ingin meneliti mengenai *efficiency*, *privacy*, *reliability*, *emotional benefit*, *customer service*, *satisfaction*, *e-trust*, *behavioural loyalty*, *attitudinal loyalty*.

4. Penelitian ini dapat berguna untuk referensi bagi mahasiswa lain yang ingin menggunakan penelitian sejenis.

1.5.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih dari segi praktis yang meliputi:

1. Memperluas wawasan dan pengetahuan penulis.
2. Microsoft Teams dapat mengetahui seberapa signifikan faktor yang ada mempengaruhi behavioural loyalty dan attitudinal loyalty.
3. Microsoft mengetahui pengaruh *efficiency, privacy, reliability, emotional benefit, customer service, e-satisfaction, e-trust*, terhadap *behavioural loyalty, attitudinal loyalty* mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta pengguna di Surabaya, sehingga informasi ini dapat digunakan Moodle dan Microsoft Teams untuk memperbaiki sistem dan menarik minat pengguna baru dan pengguna lama untuk tetap menggunakan Moodle dan Microsoft.
4. Penelitian ini juga dapat bermanfaat sebagai masukan bagi perusahaan yang bergerak di bidang *website* atau *online retailing*, baik yang akan atau telah menjalankan sistemnya untuk penjualan online atau pengelolaan website.

1.6. Sistematika Penulisan

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian baik teoritis maupun praktis, dan sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.

Bab ini berisi tentang teori-teori *efficiency, privacy, reliability, emotional benefit, customer service, E-satisfaction, E-Trust, behavioural loyalty, Attitudinal loyalty*. Bab ini juga berisi penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, model penelitian, dan bagan alur penelitian.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi jenis penelitian, populasi sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional, pengukuran variabel serta metode analisis.

