

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Aplikasi Pijar Sekolah

Aplikasi Pijar Sekolah adalah *platform* digital yang dirancang untuk meningkatkan kualitas pendidikan di Indonesia dari PT Telkom Indonesia. Aplikasi ini menawarkan berbagai fitur, seperti manajemen sekolah, pembelajaran daring, dan akses ke materi pembelajaran berbasis kurikulum nasional. Aplikasi Pijar Sekolah memberikan solusi menyeluruh bagi para pendidik, siswa dan pemangku kepentingan di sektor pendidikan. Aplikasi Pijar Sekolah memiliki karakteristik untuk membantu dalam modernisasi pengelolaan sekolah baik dari sisi administrasi maupun proses pembelajaran menjadi lebih efektif dan efisien, yaitu :

1. *Flexible*, sekolah bisa menggunakan untuk implementasi pembelajaran menggunakan kurikulum K-13 maupun merdeka belajar.
2. *Integrated*, ekosistem sekolah (guru, operator, kepala sekolah, siswa, orang tua, dan dinas pendidikan) menggunakan 1 layanan yang sama (Aplikasi Pijar Sekolah).
3. *Report oriented*, segala aktifitas penggunaan Aplikasi Pijar Sekolah berorientasi kepada output di setiap penggunaan fitur.

Aplikasi Pijar Sekolah adalah sebuah *platform* pembelajaran digital terpadu yang mendukung pihak sekolah dalam menciptakan pembelajaran digital yang dikemas secara menarik dan menyenangkan. Pijar sendiri merupakan singkatan dari Platform Indonesia Belajar, sehingga nama tersebut sesuai dengan produk yang disediakan Pijar. Aplikasi Pijar Sekolah merupakan platform edukasi yang dapat membantu para guru dan siswa dengan menawarkan solusi yang dapat memberikan kemudahan akses belajar mengajar dengan berbasis teknologi *edge computing*.

Aplikasi Pijar Sekolah memiliki tiga modul utama yang dapat mendukung kegiatan di sekolah secara digital, adapun modul yang dapat di akses pada menu Aplikasi Pijar Sekolah antara lain ;

a. Sistem Informasi Manajemen Sekolah

SIM sekolah yang disediakan oleh Aplikasi Pijar Sekolah berisi beberapa fitur seperti pelaporan absensi siswa, arsip hasil ujian, jadwal & kalender sekolah, pengelolaan data siswa & guru, pelaporan data siswa kepada orang tua dan *dashboard* sekolah.

b. Pembelajaran Digital

Modul pembelajaran digital ini memiliki beberapa fitur yang dapat mendukung digitalisasi sekolah seperti buku digital, video pembelajaran, lab digital, unggah materi belajar, media belajar, kelas visual, unggah & unduh tugas.

c. Ujian

Modul ujian adalah modul yang berperan penting pada digitalisasi sekolah sehubungan dengan penggunaan kertas disekolah yang pada prakteknya memerlukan banyak anggaran. Pada modul ujian terdapat fitur penting seperti latihan & pembahasan soal, evaluasi siswa secara mandiri, ujian & penilaian otomatis, analisis hasil ujian, evaluasi guru, pelaporan nilai ujian dan bank soal.

Ketiga modul diatas adalah modul utama yang dapat di akses baik pengguna atau sekolah yang berlangganan dan sudah melakukan pembayaran maupun pengguna atau sekolah yang mendaftar pada program free trial selama satu bulan yang diberikan oleh Aplikasi Pijar Sekolah. Adapun dimasa depan Aplikasi Pijar Sekolah sedang mengembangkan modul lainnya seperti modul e-rapor dengan format yang sesuai dengan format e-rapor dari Kemendikbud.



Gambar 1.1 Logo Aplikasi Pijar Sekolah

Sumber : <https://www.pijar.co.id>

Logo aplikasi Pijar Sekolah menampilkan sebuah ikon berupa percikan api berwarna oranye yang melambangkan pencerahan ilmu pengetahuan dan semangat untuk terus belajar. Ikon tersebut menggambarkan keberanian dan inspirasi dalam menghadirkan pembelajaran digital yang inovatif. Dominasi warna biru mencerminkan kepercayaan, profesionalisme, dan kestabilan dalam layanan teknologi pendidikan. Perpaduan warna oranye dan biru menciptakan kesan dinamis dan optimis yang mendukung visi inklusif bagi seluruh ekosistem pendidikan. Dengan desain yang sederhana namun penuh makna, logo ini mengajak para pendidik, siswa,

dan orang tua untuk bersama-sama mewujudkan transformasi pendidikan yang lebih modern dan inspiratif.

1.1.3 Tujuan dan Misi Aplikasi Pijar Sekolah

1. Mempercepat pembangunan Infrastruktur dan platform digital cerdas yang berkelanjutan, ekonomis, dan dapat diakses oleh seluruh masyarakat.
2. Mengembangkan talenta digital unggulan yang membantu mendorong kemampuan digital dan tingkat adopsi digital bangsa.
3. Mengorkestrasi ekosistem digital untuk memberikan pengalaman digital pelanggan terbaik.

1.2 Latar Belakang

Saat ini kita telah memasuki era digital, yang ditandai oleh pergeseran besar (*big shifting*) dari teknologi mekanik dan analog kepada teknologi digital, yang sejatinya sudah dimulai sejak tahun 1980an. Dalam memasuki era digital para pelaku bisnis berlomba-lomba untuk menciptakan produk yang dapat mendukung era transformasi digital ini salah satunya PT Telkom Indonesia. Pelaku bisnis juga mencari, menemukan bahkan menciptakan *niche* pasar yang ideal untuk memasarkan produk digital yang telah diciptakan atau dikembangkan.

Pada tahun 2020, selama pandemi covid-19 salah satu pengguna layanan digital terbesar adalah sektor pendidikan dikarenakan proses transformasi kegiatan belajar mengajar yang semula tatap muka menjadi pembelajaran jarak jauh, daring atau asinkronus. Hal tersebut adalah salah satu cara pemerintah untuk mencegah penyebaran dan penularan virus corona. Pembelajaran via daring tersebut tentunya memberikan efek positif dan negatif. Guru, siswa dan seluruh pihak yang terlibat harus bijaksana dalam menyikapi pembelajaran daring (dalam jaringan) yang berlangsung selama era pandemi agar pembelajaran dapat berjalan dengan baik dan lancar sehingga tujuan pembelajaran dapat tercapai.

Semakin majunya teknologi dan tuntutan perubahan digital, banyak inovasi yang bermunculan dan menyebabkan persaingan dalam dunia bisnis serupa. Branding merupakan salah satu cara untuk bersaing dalam persaingan bisnis digital. Banyak perusahaan yang gagal dan bangkrut karena gagal dalam melaksanakan kegiatan pemasarannya secara efektif. PT Telkom Indonesia, Tbk. (PT Telkom) yang merupakan perusahaan BUMN yang menjadi salah satu penyedia layanan telekomunikasi terbesar dan terbaik di Indonesia melihat jelas peluang

bisnis dan kebutuhan tersebut di pasar digital dengan mencakup telekomunikasi, informasi, media dan *edutainment* (TIME).

Untuk berperan dalam dunia Pendidikan agar mampu lebih baik, PT Telkom Indonesia berkomitmen memberikan kontribusi dalam bidang teknologi dengan sistem pengelolaan sekolah yang lebih baik. PT Telkom Indonesia memiliki tujuan agar kenaikan kualitas pembelajaran sekolah tersebut dapat berpengaruh pada meningkatnya kualitas SDM (Sumber Daya Manusia) di Indonesia. Dalam konteks global, Indonesia juga menghadapi tantangan dalam mencapai target *Sustainable Development Goals* (SDG) yang dirancang oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB). Salah satu pilar penting dari SDG adalah tujuan keempat yaitu memastikan pendidikan yang inklusif dan berkualitas serta mendorong kesempatan belajar sepanjang hayat bagi semua. Untuk itu, diperlukan inovasi teknologi yang mampu menjangkau seluruh lapisan masyarakat tanpa terkecuali.

Aplikasi Pijar Sekolah dirancang untuk mendukung berbagai pilar SDG, terutama SDG 4 yang telah dijelaskan sebelumnya namun tidak terpaku hanya pada tujuan keempat. Berikut adalah bagaimana Aplikasi Pijar Sekolah dapat berkontribusi secara global pada beberapa target SDG :

1. SDG 4: Pendidikan Berkualitas

- a. Target 4.1 : Menjamin bahwa semua anak menyelesaikan pendidikan dasar dan menengah yang gratis, setara, dan berkualitas. Aplikasi Pijar Sekolah menyediakan akses ke materi pembelajaran digital yang sesuai dengan kurikulum nasional, sehingga siswa dari berbagai latar belakang ekonomi dapat belajar dengan kualitas yang sama.
- b. Target 4.3 : Memastikan akses yang setara untuk semua perempuan dan laki-laki ke pendidikan tinggi yang terjangkau dan berkualitas.

2. SDG 9: Industri, Inovasi dan Infrastruktur

- a. Dengan mengintegrasikan teknologi cloud dan AI, Aplikasi Pijar Sekolah mendukung pengembangan infrastruktur digital yang kuat dan inklusif.

3. SDG 10: Mengurangi Ketimpangan

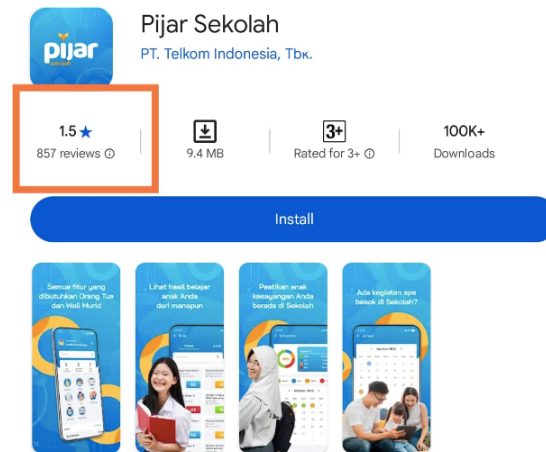
- a. Dengan memberikan akses pendidikan yang merata, Aplikasi Pijar Sekolah membantu mengurangi kesenjangan pendidikan antara wilayah perkotaan dan pedesaan.

4. SDG 9: Industri, Inovasi dan Infrastruktur

- a. Telkom bekerjasama dengan berbagai pihak, termasuk pemerintah, sekolah dan perusahaan pendukung teknologi lainnya, untuk memastikan implementasi Aplikasi Pijar Sekolah berjalan dengan baik.

Untuk mewujudkan hal tersebut, PT Telkom Indonesia menciptakan aplikasi digital pengelolaan sekolah yaitu Aplikasi Pijar Sekolah. Penelitian ini meninjau pengaruh *brand experience*, *the ease of use of the application*, dan *perceived quality* terhadap *customer satisfaction* serta dampak pada *customer loyalty* aplikasi Pijar Sekolah. Aplikasi Pijar Sekolah yang dinaungi oleh Divisi Business Service. Dimana Divisi Business Service ini berfokus pada pemasaran dari produk yang sudah dikembangkan oleh PT Telkom Indonesia, dengan segmen pasar sasaran tertentu yakni perusahaan yang tidak memiliki banyak cabang, hotel, rumah sakit, pabrik ataupun sekolah yang dimana akun-akun pelanggan tersebut dikelola oleh *Business Account Manager*. Dilaporkan berdasarkan data internal perusahaan PT Telkom Indonesia melalui Pijar Sekolah, Telkom memiliki tujuan untuk mewujudkan pemerataan pendidikan di seluruh Indonesia serta memperluas pemanfaatan teknologi dalam era Pendidikan 4.0. Pijar Sekolah menghadirkan peluang yang setara bagi seluruh sekolah di Indonesia, termasuk yang berada di wilayah Terdepan, Terluar, dan Tertinggal, sehingga mereka dapat menikmati kualitas pendidikan yang sebanding dengan sekolah-sekolah di daerah perkotaan.

Pada era digitalisasi pendidikan yang semakin masif, pemerintah dan institusi pendidikan di Indonesia didorong untuk mengadopsi teknologi pembelajaran berbasis daring guna meningkatkan efektivitas proses belajar mengajar. Salah satu bentuk upaya ini adalah implementasi aplikasi Learning Management System (LMS) seperti Pijar Sekolah. Namun, meskipun aplikasi ini digunakan secara luas, penilaian pengguna di Google Play Store menunjukkan skor yang cukup rendah, yaitu hanya 1,5 bintang dari 457 ulasan pengguna. Skor ini menjadi indikator awal bahwa ada ketidaksesuaian antara harapan dan kenyataan yang dialami pengguna dalam menggunakan aplikasi tersebut.



Gambar 1.2 Testimoni Aplikasi Pijar Sekolah

Sumber : Google Playstore

Mayoritas ulasan menyebutkan bahwa aplikasi sulit digunakan, tidak intuitif, sering mengalami bug, dan memiliki antarmuka yang membingungkan bagi pengguna pemula, baik siswa, guru, maupun orang tua. Hal ini menunjukkan pentingnya menelaah lebih jauh sejauh mana kemudahan penggunaan (*ease of use*) dari aplikasi ini berperan dalam membentuk kepuasan pelanggan. Lebih lanjut, analisis terhadap detail tinjauan pengguna memperlihatkan berbagai keluhan mengenai aspek fungsional dan teknis aplikasi.



Gambar 1.3 Testimoni Detail Aplikasi Pijar Sekolah

Sumber : Google Playstore

Beberapa komentar menyatakan bahwa aplikasi sering keluar sendiri, memakan memori terlalu besar, dan fitur yang tersedia tidak berjalan sebagaimana mestinya, terutama pada saat ujian daring berlangsung. Terdapat pula keluhan mengenai ketidakakuratan data nilai, tidak sinkronnya absensi, hingga keterbatasan pada akses konten pembelajaran. Semua keluhan ini berkaitan erat dengan persepsi kualitas (*perceived quality*) yang dirasakan oleh pengguna terhadap performa sistem dan layanan dari aplikasi tersebut. Persepsi kualitas ini merupakan hasil dari evaluasi subjektif pengguna yang mengacu pada pengalaman aktual mereka saat menggunakan aplikasi, dan sangat menentukan kepuasan serta keberlanjutan penggunaan aplikasi di lingkungan sekolah.

Menariknya, banyak sekolah yang menggunakan Pijar Sekolah sebelumnya telah mencoba platform LMS lain seperti Google Classroom, Quipper School, atau Zenius Education, baik dalam versi gratis maupun berbayar. Beberapa di antaranya pernah memperoleh masa percobaan (*trial*) yang cukup memadai dari penyedia LMS swasta, sehingga pihak sekolah memiliki pengalaman langsung dengan beragam brand. Dalam konteks ini, pengguna tidak hanya menilai satu produk secara terpisah, tetapi membandingkan pengalaman mereka dalam menggunakan masing-masing aplikasi. Inilah yang disebut dengan *brand experience*, yaitu bagaimana interaksi emosional, kognitif, dan sensorik terhadap suatu merek atau layanan membentuk persepsi menyeluruh terhadapnya. Pengalaman ini mencakup tidak hanya penggunaan teknis, tetapi juga kesan keseluruhan mulai dari tampilan, kecepatan, kemudahan akses, hingga respons layanan pelanggan yang diberikan oleh penyedia aplikasi. Dengan demikian, persepsi kualitas dan kemudahan penggunaan yang tidak memuaskan, ditambah dengan pengalaman yang kurang berkesan dalam menggunakan brand tertentu, akan berdampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*). Dalam hal ini, pelanggan yang dimaksud adalah pihak sekolah (guru, siswa, dan kepala sekolah) sebagai pengguna utama layanan. Kepuasan pelanggan tidak hanya terbentuk dari kualitas produk, tetapi juga dari kemudahan penggunaannya dan pengalaman emosional yang dirasakan selama berinteraksi dengan produk tersebut. Ketika elemen-elemen tersebut tidak terpenuhi, maka kepuasan pengguna cenderung rendah, sebagaimana terlihat pada tingkat rating aplikasi yang negatif dan tingginya keluhan dalam tinjauan publik.

Lebih jauh, tingkat kepuasan yang rendah terhadap aplikasi akan sangat mungkin mempengaruhi loyalitas pengguna (*customer loyalty*). Dalam konteks institusi pendidikan, loyalitas ini tercermin dari keputusan sekolah untuk terus menggunakan aplikasi tersebut dari tahun ke tahun, atau berpindah ke penyedia LMS lain yang dianggap lebih memenuhi kebutuhan. Loyalitas pelanggan bukan hanya persoalan teknis, tetapi berkaitan dengan persepsi

jangka panjang terhadap nilai dan keandalan layanan. Ketika pengalaman pengguna negatif terus terjadi, maka tingkat loyalitas akan menurun, yang dapat berdampak pada keputusan kontrak, penggunaan berkelanjutan, bahkan menyebarnya citra negatif ke institusi pendidikan lainnya. Oleh karena itu, penting untuk meneliti secara komprehensif hubungan antara brand experience, ease of use, dan perceived quality terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan dalam penggunaan aplikasi Pijar Sekolah.

Jumlah sekolah yang terdata dalam penggunaan Aplikasi Aplikasi Pijar Sekolah ini terbagi menjadi 240 sekolah aktif di Kabupaten yang berada di Jawa Barat dan 20 sekolah aktif di Kabupaten Bandung Barat. Dengan adanya Aplikasi Pijar Sekolah ini sangat memudahkan mereka dalam pembelajaran secara digital. Berdasarkan hasil data dari Perusahaan (Aplikasi Pijar Sekolah dan PT Telkom Indonesia, 2024-2025).

Penelitian ini mengambil Aplikasi Pijar Sekolah sebagai objek penelitian dikarenakan permasalahan yang dialami yaitu rendahnya penjualan layanan Aplikasi Pijar Sekolah khususnya di PT Telkom Indonesia - Kabupaten Bandung Barat. Hal tersebut didukung dengan data penjualan dimana Aplikasi Aplikasi Pijar Sekolah di Kabupaten Bandung Barat mencatat penjualan yang rendah dibandingkan Kabupaten lainnya di Jawa Barat , seperti yang digambarkan pada tabel penjualan dibawah ini :

Tabel 1.1

Data Penjualan Aplikasi Aplikasi Pijar Sekolah - Posisi September 2024

Penjualan Aplikasi Aplikasi Pijar Sekolah YTD September 2024			
No	Kabupaten	Year to Date	Masa Berlangganan
1	Kabupaten Sumedang	61	≥ 2 tahun
2	Kabupaten Bandung	24	≥ 1 tahun
3	Kabupaten Bandung Barat	20	≤ 1 tahun
4	Kabupaten Cianjur	45	≥ 2 tahun
5	Kabupaten Garut	52	≥ 2 tahun
6	Kabupaten Sukabumi	38	≥ 1 tahun
Jumlah Sekolah		240	

Sumber : Data internal PT Telkom

Dari data di atas tercatat bahwa penjualan Aplikasi Aplikasi Pijar Sekolah di Kabupaten Bandung Barat masih sangat rendah dibandingkan Kabupaten di Jawa Barat lainnya seperti Kabupaten Sumedang. Permasalahan tersebut sangat disayangkan karena jika dilihat dari sisi kesiapan produk, produk Pijar sudah sangat baik dan sudah memenuhi standar sebuah produk untuk dipasarkan dan digunakan oleh pelanggan yaitu MVP (Minimum Viable Product). Minimum Viable Product adalah versi dari suatu produk baru dengan fitur yang sangat

sederhana tetapi mampu memberikan hasil maksimum tentang pengetahuan konsumen secara mudah. Namun diketahui juga dari timbal balik pelanggan secara verbal yang sudah diberikan sosialisasi produk oleh *Business Account Manager*, bahwa pengalaman menggunakan aplikasi terlebih bagi guru-guru yang sudah terbelang memiliki usia tidak lagi muda adalah sebuah tantangan besar. Terlebih dalam penggunaannya yang dianggap rumit bahkan sebelum pengguna mencoba Aplikasi Pijar Sekolah secara komprehensif. Hal tersebut juga menjadi salah satu pertimbangan calon pelanggan dalam pembelian dan berlangganan produk Aplikasi Pijar Sekolah.

Tabel 1.2
Data Penjualan Aplikasi Aplikasi Pijar Sekolah - Posisi Juni 2025

Penjualan Aplikasi Aplikasi Pijar Sekolah YTD Juni 2025			
No	Kabupaten	Year to Date	Masa Berlangganan
1	Kabupaten Sumedang	102	≥ 3 tahun
2	Kabupaten Bandung	36	≥ 1 tahun
3	Kabupaten Bandung Barat	26	≤ 1 tahun
4	Kabupaten Cianjur	60	≥ 2 tahun
5	Kabupaten Garut	70	≥ 2 tahun
6	Kabupaten Sukabumi	40	≥ 1 tahun
Jumlah Sekolah		334	

Sumber : Data internal PT Telkom

Tabel penjualan Aplikasi Pijar Sekolah pada tahun 2025 menunjukkan bahwa tidak terdapat perubahan signifikan dibandingkan tahun sebelumnya, terutama di wilayah Kabupaten Bandung Barat yang masih mencatat angka penjualan yang rendah. Hal ini menunjukkan bahwa berbagai upaya sosialisasi dan promosi yang telah dilakukan belum sepenuhnya berhasil mendorong peningkatan minat dan keputusan pembelian dari pihak sekolah. Rendahnya tingkat adopsi ini mengindikasikan bahwa masih terdapat hambatan yang belum terselesaikan, baik dari sisi persepsi pengguna terhadap kemudahan penggunaan maupun pengalaman awal yang kurang meyakinkan. Padahal secara teknis, produk sudah memenuhi standar minimum untuk diluncurkan ke pasar, namun kenyataan di lapangan menunjukkan bahwa faktor non-teknis seperti preferensi pengguna, resistensi terhadap perubahan, dan pengalaman brand masih memegang peranan besar. Bahkan pada tahun yang sama, tercatat adanya pemberhentian langganan dari dua sekolah, yaitu SMP Negeri 1 Padalarang dan SMAN 1 Rongga, yang semakin mengindikasikan perlunya evaluasi menyeluruh terhadap strategi pemasaran dan pengalaman pengguna aplikasi..

PT. Telkom Indonesia berkomitmen untuk membantu meningkatkan kualitas pendidikan di Indonesia. Persaingan yang ketat dengan penyedia *platform* pembelajaran lain juga menjadi tantangan. Oleh karena itu, perusahaan perlu meningkatkan kualitas layanannya untuk bersaing. Kualitas layanan adalah faktor utama dalam membentuk loyalitas pelanggan pada pengguna Aplikasi Pijar Sekolah. Melalui kualitas layanan yang diberikan oleh PT. Telkom Indonesia, pelanggan dapat dipengaruhi agar bertahan pada platform Aplikasi Pijar Sekolah. Dalam menciptakan loyalitas pelanggan, perusahaan harus memberikan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan kepada pengguna platform Aplikasi Pijar Sekolah.

Penelitian mengenai dampak kualitas layanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan serta pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan telah dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya. Hasil penelitian Puspasari et al. (2022) menunjukkan bahwa kualitas layanan, citra perusahaan, dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Indihome. Sementara itu, penelitian Massora & Widyanti (2021) mengenai pengaruh kualitas layanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan, serta implikasinya pada loyalitas pelanggan PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Thamrin Jakarta, menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan citra perusahaan berpengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Menurut Rubiyanti (2023) kemudahan dalam penggunaan merupakan salah satu variabel krusial yang berkontribusi secara signifikan terhadap tingkat adopsi suatu teknologi, karena persepsi pengguna terhadap seberapa intuitif dan efisiennya suatu sistem secara langsung memengaruhi keputusan mereka untuk menerima, menerapkan, dan terus menggunakan teknologi tersebut dalam konteks kehidupan sehari-hari maupun profesional, dalam hal ini teknologi aplikasi Pijar Sekolah.

Menurut Purnama & Hidayah (2019), kualitas layanan pada dasarnya merupakan penilaian dari pelanggan terhadap tingkat pelayanan yang mereka terima (*perceived services*) dibandingkan dengan harapan mereka terhadap pelayanan tersebut (*expected services*). Kualitas dalam setiap produk atau jasa dapat memberikan rangsangan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. Semua perusahaan berusaha memberikan kualitas layanan yang baik guna mempertahankan pelanggan. Kualitas layanan ini sangat relevan di bidang pendidikan karena dapat memengaruhi pengalaman pengguna Aplikasi Pijar Sekolah, menciptakan lingkungan pembelajaran yang mendukung, dan meningkatkan motivasi belajar siswa. Tingkat kepuasan pelanggan Aplikasi Pijar Sekolah berkaitan dengan kualitas layanan yang baik dan memiliki nilai. Dengan memberikan layanan optimal dalam menggunakan aplikasi Aplikasi Pijar Sekolah, dapat memengaruhi citra perusahaan. Citra

perusahaan yang baik tercermin dalam pelayanan terhadap produk mereka, dan dapat memengaruhi kepuasan pelanggan.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan-permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *brand experience* terhadap *customer satisfaction* pengguna Aplikasi Pijar Sekolah?
2. Bagaimana pengaruh *ease of use* terhadap *customer satisfaction* pengguna Aplikasi Pijar Sekolah?
3. Bagaimana pengaruh *perceived quality* terhadap *customer satisfaction* pengguna Aplikasi Pijar Sekolah?
4. Bagaimana pengaruh *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* pengguna Aplikasi Pijar Sekolah?
5. Bagaimana pengaruh *brand experience* terhadap *customer loyalty* pengguna Aplikasi Pijar Sekolah?
6. Bagaimana pengaruh *ease of use* terhadap *customer loyalty* pengguna Aplikasi Pijar Sekolah?
7. Bagaimana pengaruh *perceived quality* terhadap *customer loyalty* pengguna Aplikasi Pijar Sekolah?
8. Bagaimana *Customer satisfaction* memediasi pengaruh *brand experience* terhadap *customer loyalty*?
9. Bagaimana *Customer satisfaction* memediasi pengaruh *perceived quality* terhadap *customer loyalty*?
10. Bagaimana *Customer satisfaction* memediasi pengaruh *ease of use* terhadap *customer loyalty*?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *brand experience* terhadap *customer satisfaction* pengguna Aplikasi Pijar Sekolah.
2. Untuk mengetahui pengaruh *ease of use* terhadap *customer satisfaction* pengguna Aplikasi Pijar Sekolah.
3. Untuk mengetahui pengaruh *perceived quality* terhadap *customer satisfaction* pengguna Aplikasi Pijar Sekolah.
4. Untuk mengetahui pengaruh *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* pengguna Aplikasi Pijar Sekolah.
5. Untuk mengetahui pengaruh *brand experience* terhadap *customer loyalty* pengguna Aplikasi Pijar Sekolah.
6. Untuk mengetahui pengaruh *ease of use* terhadap *customer loyalty* pengguna Aplikasi Pijar Sekolah.
7. Untuk mengetahui pengaruh *perceived quality* terhadap *customer loyalty* pengguna Aplikasi Pijar Sekolah.
8. Untuk mengetahui bagaimana *Customer satisfaction* memediasi pengaruh *brand experience* terhadap *customer loyalty*.
9. Untuk mengetahui bagaimana *Customer satisfaction* memediasi pengaruh *perceived quality* terhadap *customer loyalty*.
10. Untuk mengetahui bagaimana *Customer satisfaction* memediasi pengaruh *ease of use* terhadap *customer loyalty*.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan baik bagi berbagai pihak adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Penelitian ini akan memberikan wawasan mendalam kepada penulis mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi *customer satisfaction* dan *customer loyalty* pada platform Aplikasi Pijar Sekolah, yaitu *brand experience*, *the ease of use of the application*, dan *perceived quality*. Hasil penelitian ini dapat membantu penulis untuk memahami lebih baik bagaimana meningkatkan pengalaman pelanggan, memperbaiki kualitas layanan, dan meningkatkan loyalitas pelanggan Aplikasi Pijar Sekolah.

2. Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan, penelitian ini akan memberikan wawasan yang berharga mengenai faktor-faktor yang dapat memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar untuk mengembangkan strategi pemasaran dan pengembangan produk yang lebih efektif. Perusahaan dapat menggunakan temuan ini untuk meningkatkan kualitas layanan mereka, memperbaiki pengalaman pengguna, dan memperkuat hubungan dengan pelanggan.

3. Bagi Peneliti Lainnya

Bagi peneliti lainnya, penelitian ini dapat menjadi referensi yang berguna dalam memahami pengaruh *brand experience*, *the ease of use of the application*, dan *perceived quality* terhadap *customer satisfaction* dan *customer loyalty* pada industri pendidikan. Hasil penelitian ini juga dapat menginspirasi penelitian lanjutan atau studi kasus tentang faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen dan loyalitas pelanggan dalam konteks aplikasi pendidikan.

1.6 Batasan Masalah

Dari pemaparan-pemaparan permasalahan, tujuan, serta manfaat di atas, untuk menghindari pembahasan meluas, maka ruang lingkup penelitian atau batasan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Batasan penelitian untuk judul tersebut dapat mencakup hal-hal sebagai berikut:

1. Lokasi Penelitian: Penelitian ini dibatasi untuk dilakukan di sekolah sekolah pengguna Aplikasi Pijar Sekolah di Kabupaten Bandung Barat.
2. Responden Penelitian: Penelitian ini difokuskan pada pengguna aktif Aplikasi Pijar Sekolah yang memiliki pengalaman menggunakan platform tersebut dalam kurun waktu tertentu, seperti siswa dan guru.
3. Variabel-variabel Penelitian: Variabel yang menjadi fokus penelitian adalah *brand experience*, *the ease of use of the application*, *perceived quality*, *customer satisfaction*, dan *customer loyalty*. Penelitian ini tidak akan memasukkan variabel lain yang tidak terkait dengan topik utama penelitian.
4. Metode Penelitian: Penelitian ini akan menggunakan metode survei atau kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data untuk mendapatkan tanggapan dan persepsi langsung dari responden terkait dengan variabel-variabel yang diteliti. Selain itu,

penelitian ini dapat menggunakan analisis regresi untuk menguji hubungan antara variabel-variabel yang diteliti.

5. Waktu Penelitian: Penelitian ini akan dilakukan dalam rentang waktu tertentu, misalnya dalam satu semester akademik atau dalam periode tertentu yang relevan dengan penggunaan aplikasi Aplikasi Pijar Sekolah.

1.7 Sistematika Penulisan

Penelitian ini menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan merupakan bab yang berisikan Latar Belakang, Identifikasi Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi deskripsi teori, penelitian terdahulu, kerangka berpikir, dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi metode penelitian yang terdiri atas jenis penelitian, operasional dan skala pengukuran, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, uji validitas dan realibilitas, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini terdiri dari uraian hasil penelitian yang didapat dari analisis permasalahan-permasalahan dari objek penelitian yaitu Aplikasi Pijar Sekolah. Studi ini akan menghasilkan pemahaman mendalam tentang pengaruh *brand experience*, kemudahan penggunaan aplikasi, dan persepsi kualitas terhadap kepuasan pelanggan dalam konteks penggunaan Aplikasi Pijar Sekolah. Temuan akan mencakup sejauh mana pengalaman merek yang positif, kemudahan penggunaan aplikasi, dan persepsi kualitas layanan berkontribusi terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Selain itu, penelitian ini akan menunjukkan sejauh mana kepuasan pelanggan tersebut memengaruhi loyalitas pelanggan terhadap Aplikasi Pijar Sekolah.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi ringkasan dari temuan utama penelitian yang merangkum hasil analisis terhadap pengaruh *brand experience*, kemudahan penggunaan aplikasi, dan persepsi kualitas

terhadap kepuasan pelanggan, serta hubungan antara kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan terhadap Aplikasi Pijar Sekolah. Kesimpulan disajikan secara ringkas, padat, dan sesuai dengan tujuan penelitian. Selain itu, bab ini juga memuat saran-saran yang bersifat praktis maupun teoritis.