

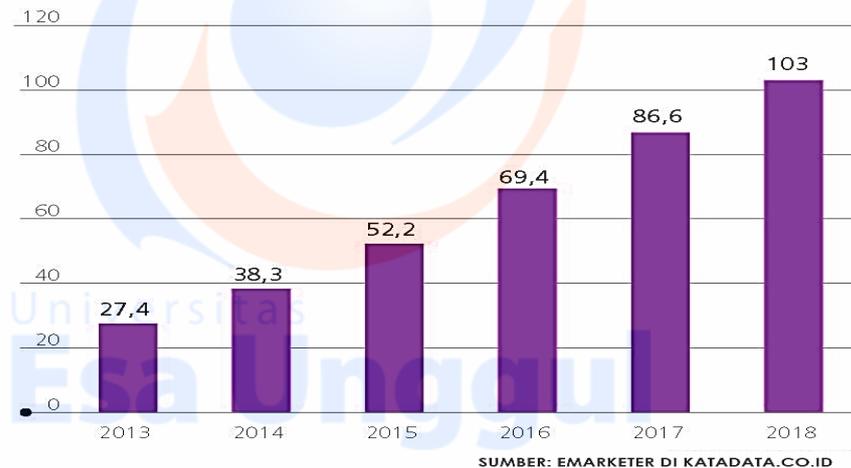
BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman, teknologi informasi juga ikut berkembang pesat. Salah satu kemajuan teknologi informasi adalah dengan adanya kemajuan teknologi komunikasi seluler. Komunikasi merupakan dasar dari kehidupan. Manusia tidak pernah lepas dari komunikasi, karena komunikasi merupakan salah satu cara manusia sebagai makhluk sosial untuk berinteraksi dengan sesama manusia dan lingkungannya. Pada awal perkembangannya, seluler masih termasuk teknologi yang dianggap mewah oleh masyarakat. Akan tetapi dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap informasi, membuat pemikiran masyarakat terhadap teknologi ini juga mulai berubah.

Ketatnya persaingan pada perusahaan dibidang telekomunikasi membuat masyarakat disuguhi bermacam-macam iklan mengenai produk telekomunikasi yang menarik sehingga perusahaan selalu berusaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan memenuhi kepuasan pelanggan agar dapat membentuk loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan ialah bentuk kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk. Pelanggan yang loyal menggambarkan kesediaannya agar senantiasa menggunakan produk perusahaan dalam jangka panjang, apalagi menggunakan secara eksklusif, dan merekomendasikan produk-produk perusahaan kepada teman dan rekannya.

Kesetiaan seorang pelanggan menandakan bahwasanya pelanggan tersebut mendapatkan kepuasan yang sangat tinggi, karena seorang konsumen biasanya suka mencoba sebuah produk yang ditawarkan oleh perusahaan dan kemudian akan muncul rasa puas atau kecewa. Jika konsumen merasa puas maka ia akan membeli terus menerus produk tersebut dan hal ini akan menjadikan konsumen setia dan loyal terhadap produk yang ditawarkan perusahaan tersebut. Namun, jika konsumen merasa kecewa maka ia akan mencoba kembali produk lain yang ditawarkan sebuah perusahaan pesaing dan menjadikan konsumen tidak loyal pada perusahaan. Oleh karena itu memuaskan hati konsumen sangatlah diperlukan, jika keinginan dan harapan konsumen telah terpenuhi dengan baik maka akan memungkinkan konsumen menjadi pelanggan yang tetap terhadap perusahaan dan akan loyal terhadap produk yang telah ditawarkan perusahaan tersebut. Menurut Emarketer Kata Data membuktikan bahwa penetrasi pertumbuhan *smartphone* dan proses digitalisasi terus terjadi sangat pesat di Indonesia. Pada tahun 2017 tercatat lebih dari 86,6 juta penduduk yang menggunakan *smartphone* di Indonesia dan pengguna internet tersebut mengakses internet melalui *Smartphone* mereka.



Sumber : Emarketer di Kata Data, 2018

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Smartphone Indonesia (dalam juta)

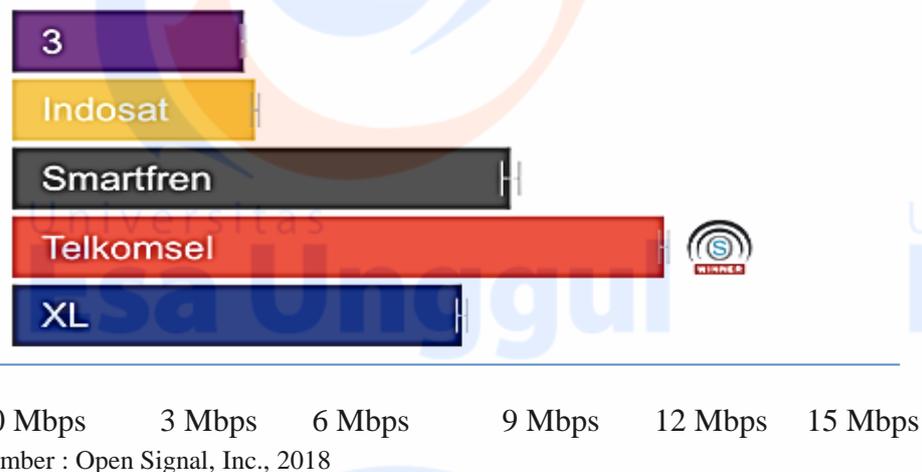
Jumlah pengguna *Smartphone* di Indonesia berkembang sangat pesat, sebab bisa dilihat pada data yang disajikan dalam Emarketer di kata data yang menunjukkan terjadi peningkatan dari tahun 2017 ke tahun 2018 yaitu dari 86,6 juta pengguna *smartphone* menjadi 103 juta pengguna *smartphone* di Indonesia. Dan hal ini juga diprediksi akan terus mengalami peningkatan di tiap tahunnya untuk pengguna *smartphone* di Indonesia.

Indosat Ooredoo merupakan salah satu perusahaan penyedia jasa telekomunikasi dan jaringan telekomunikasi di Indonesia. Perusahaan ini menawarkan saluran komunikasi untuk pengguna telepon genggam dengan pilihan prabayar maupun pascabayar dengan merek jual Matrix Ooredoo dan IM3 Ooredoo, jasa lainnya yang disediakan adalah saluran komunikasi via suara untuk telepon tetap termasuk sambungan langsung Internasional IDD (*International Direct Dialing*). Indosat Ooredoo juga menyediakan layanan multimedia, internet dan komunikasi data. Indosat didirikan pada tahun 1967 sebagai sebuah perusahaan penanaman modal asing pertama di Indonesia yang menyediakan layanan telekomunikasi Internasional melalui satelit Internasional. Seiringnya waktu Indosat berkembang menjadi perusahaan telekomunikasi Internasional pertama yang di beli dan dimiliki 100% oleh pemerintah Indonesia di tahun 1980.

Pada tahun 1994 Indosat menjadi perusahaan publik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan *New York Stock Exchange*, Pemerintah Indonesia 65% dan Publik 35%. Indosat mengambil alih saham mayoritas Satelindo dan SLI di Indonesia lalu mendirikan PT. Indosat Multimedia Mobile (IM3) sebagai pelopor jaringan GPRS dan layanan multimedia. Pada tahun 2003 Indosat bergabung dengan tiga anak perusahaan, yaitu: Satelindo, IM3, dan Bimagraha untuk membentuk operator seluler di Indonesia. Indosat mendapatkan lisensi jaringa 3G dan memperkenalkan layanan 3,5G di Jakarta dan Surabaya. Pada tahun 2009 Qitel membeli saham seri B

sebanyak 24,19% dari publik sehingga menjadi pemegang saham mayoritas Indosat dengan kepemilikan sebesar 65%. Pada tahun yang sama Indosat memperoleh lisensi tambahan frekuensi 3G dari Kementerian Komunikasi dan Informatika serta memenangkan tender untuk lisensi WIMAX yang diadakan pemerintah. Setahun kemudian, Indosat melakukan transformasi untuk menjadi perusahaan yang lebih fokus dan efisien dengan restrukturisasi organisasi serta inisiatif untuk mencapai keunggulan operasional.

Perubahan terjadi pada tahun 2012, saat Indosat mencapai 58,5 juta pelanggan yang didukung oleh peningkatan jaringan serta inovasi produk. Pada tahun 2013, Indosat mengadakan komersialisasi jaringan 3G di frekuensi 900 MHz. Setahun berikutnya Indosat melakukan peluncuran dan komersialisasi layanan 4G di 900 MHz dengan kecepatan hingga 42 Mbps di beberapa kota besar di Indonesia. Pada tahun 2015 Indosat resmi berganti nama menjadi Indosat Ooredoo. Seiring akan perkembangan jejaring sosial yang begitu pesat, IM3 Ooredoo berusaha memberikan kualitas jaringan internet yang terbaik, dengan munculnya jaringan baru yaitu 4G LTE, jaringan yang sangat cepat dan mempermudah para pengguna telepon genggam untuk mengakses internet secara cepat dan mudah dimanapun dan kapanpun.



Gambar 1.2 Kecepatan Pengunduhan 4G

Provider Telkomsel memiliki kecepatan yang paling tertinggi yaitu 12,9 Mbps, sedangkan Indosat Ooredoo menduduki peringkat ketiga dengan kecepatan lebih dari 3 Mbps yang tidak kalah dengan kecepatan internet pada *provider* 3. Hal ini mengharuskan operator untuk meningkatkan kualitas baik disisi jaringan maupun kecepatan internet agar dapat mempertahankan pelanggan yang sudah ada agar tetap loyal.

Tingkat kepuasan seorang pelanggan terhadap produk tertentu merupakan hasil dari perbandingan yang dilakukan oleh pelanggan bersangkutan atau tingkat manfaat yang dipersepsikan (*perceived*) yang diterapkan sebelum pembelian. Pelanggan akan puas jika nilai yang dipersepsikan sama atau lebih besar dibandingkan dengan harapan yang diterima, sebaliknya jika ekspektasi tidak terpenuhi maka yang terjadi adalah ketidakpuasan. Harga yang terjangkau dan kualitas yang baik dari Indosat Ooredoo memungkinkan adanya kepuasan konsumen dan akan menarik konsumen baru sehingga diharapkan akan membuat konsumen loyal pada akhirnya. Hal ini dapat diperkuat dan terbukti melalui hasil prasurvey yang telah dilakukan kepada pengguna simcard 4G Indosat Ooredoo di Universitas Esa Unggul.

Tabel 1.1 Harga Paket Internet 2018

Operator	Jenis Paket	Harga	Masa Aktif	Kuota
Simpati	Paket Combo Flash	Rp. 58.000	30 Hari	4 GB
Smarfren	Volume Based Connex EVO VI	Rp. 60.000	30 Hari	5 GB
IM3 Ooredoo	Freedom Combo M	Rp. 65.000	30 Hari	5 GB
XL	Extra Combo	Rp. 59.000	30 Hari	5 GB
Tri "3"	Paket 4G ON	Rp. 50.000	30 Hari	12 GB

Sumber : Donnie Pratama, Seluler.ID, 2018

Terdapat perselisihan harga dari paket internet di setiap masing-masing merek simcard yang dijual. Pada simcard Indosat Ooredoo memberikan harga yang lebih murah yaitu Paket Freedom Combo M dengan harga Rp. 65.000 dengan kuota 5 GB, tetapi Smartfren, XL, dan Tri "3" memberikan harga yang lebih murah, seperti harga simcard Smartfren dengan paket Volume Based Connex EVO VI sebesar Rp. 60.000 dengan kuota 5 GB, simcard XL dengan paket Extra Combo sebesar Rp. 59.000 dengan kuota 5 GB, dan simcard Tri "3" dengan paket 4G ON sebesar Rp. 50.000 dengan kuota 12GB. *Market Share* Sim Card IM3 Ooredoo yang terjadi di Indonesia ditunjukkan oleh data asset Indosat Ooredoo, yaitu :

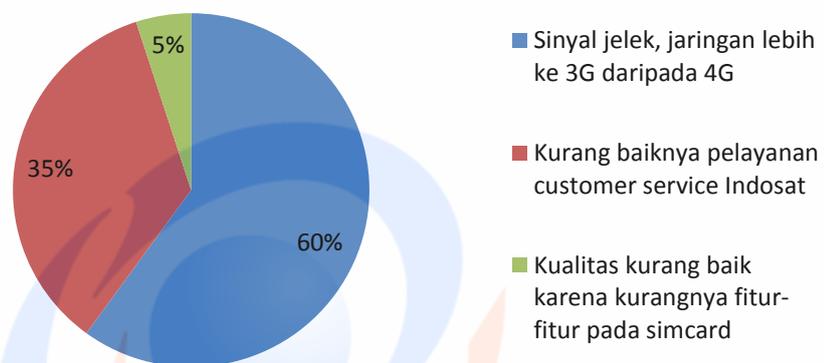
Tabel 1.2 Market Share Simcard IM3 Ooredoo

Tahun	Pendapatan (Rp miliar billion)
2015	26,768.5
2016	29,184.6
2017	29,926.1

Sumber: Asset Indosat Ooredoo, 2018

Terdapat peningkatan terhadap pendapatan dari simcard Indosat Ooredoo yang mana terlihat pada tahun 2015 Indosat Ooredoo memiliki pendapatan 26,768.5 Milyar Rupiah, kemudian pada tahun 2016 pendapatan meningkat sangat pesat menjadi 29,184.6 Milyar Rupiah, sedangkan pada tahun 2017 terdapat sedikit peningkatan yaitu menjadi 29,926.1 Milyar Rupiah.

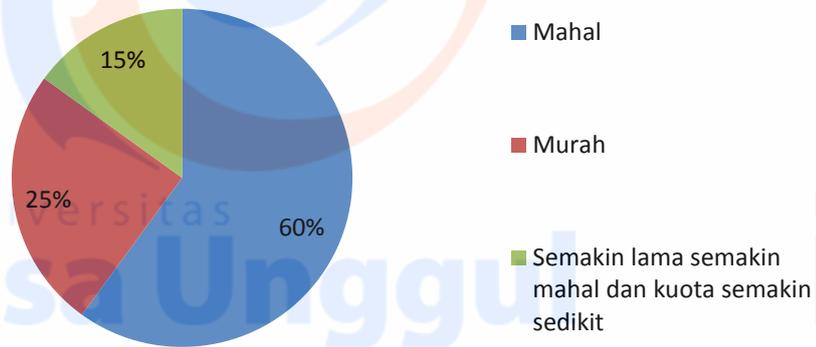
Berdasarkan hasil Pra Survey yang dilakukan kepada 20 Responden pengguna Sim Card IM3 Ooredoo di Universitas Esa Unggul. Maka di peroleh data sebagai berikut :



Sumber : Data diolah, 2018

Gambar 1.3 Hasil Pra Survey Kualitas Layanan

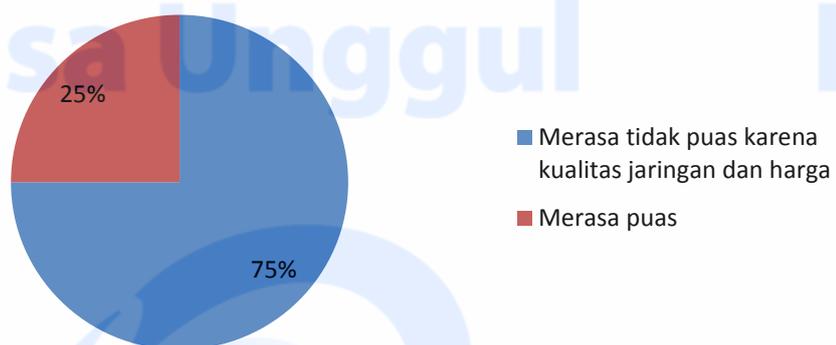
Pra survey yang dilakukan kepada 20 Responden pada pengguna Simcard 4G Indosat Ooredoo di Universitas Esa Unggul yaitu terdapat 12 Responden (60%) mengatakan sinyal pada Indosat Ooredoo mengecewakan dengan kata lain sinyalnya buruk sebab jaringan lebih aktif ke 3G dibandingkan pada 4G. Sedangkan pada 7 Responden (35%) mengatakan bahwa pelayanan dari Indosat Ooredoo sangatlah kurang baik sebab, ketika mereka memiliki keluhan dan melakukan komplain kepada *customer service*, terkadang respon dari *customer service* sangatlah lama serta memakan pulsa hal itu menyebabkan konsumen kecewa karena harus mengeluarkan pulsa yang cukup banyak hanya karena untuk melakukan komplain kepada *customer service*. Selain itu terdapat 1 Responden (5%) yang menyatakan bahwa fitur-fitur pada simcard Indosat Ooredoo kualitasnya kurang baik.



Sumber : Data Olahan Peneliti, 2018

Gambar 1.4 Hasil Pra Survey Harga

Pra survey yang dilakukan kepada 20 Responden pada pengguna Simcard 4G Indosat Ooredoo di Universitas Esa Unggul yaitu terdapat 12 Responden (60%) yang mengatakan bahwa harga kuota dari simcard Indosat Ooredoo sangatlah mahal dibandingkan dengan harga kuota simcard merk lainnya. Sedangkan pada 5 Responden (25%) mengatakan bahwa harga kuota simcard Indosat Ooredoo termasuk murah sebab, terkadang terdapat bonus dan promosi. Dan pada 3 Responden (15%) mengatakan bahwa harga kuota pada simcard Indosat Ooredoo semakin lama semakin mahal dan selain itu kuota yang mereka terima semakin sedikit. Hal ini menyebabkan suatu pertimbangan pada konsumen mengenai loyalitas pada produk tersebut.



Sumber : Data Olahan Peneliti, 2018

Gambar 1.5 Hasil Pra Survey Kepuasan Pelanggan

Pra survey yang dilakukan kepada 20 Responden pada pengguna Simcard 4G Indosat Ooredoo di Universitas Esa Unggul yaitu terdapat 15 Responden (75%) yang mengatakan bahwa mereka tidak merasakan puas

dengan simcard Indosat Ooredoo, karena mereka merasakan kecewa dengan buruknya kualitas jaringan yaitu buruknya sinyal 4G Indosat Ooredoo serta dengan harga yang di tawarkan oleh penjual pada konsumen sangatlah mahal karena harga yang mereka tawarkan tidak seimbang dengan nilai produk yang mereka jual. Sedangkan pada 5 Responden (15%) mengatakan bahwa mereka puas terhadap simcard Indosat Ooredoo sebab, mereka mengatakan terkadang pada waktu tertentu konsumen diberikan promo dan terdapat banyak pilihan paket sehingga mereka merasa puas.

Dari fenomena diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan Pengguna Simcard Prabayar 4G Indosat Ooredoo (Studi Kasus di Universitas Esa Unggul, Jakarta Barat)”**.

1.2. Identifikasi dan Pembatasan Masalah

1.2.1. Identifikasi Masalah

1. Adanya persaingan secara ketat antara Telkomsel, Smartfren, XL, dan Tri sehingga menyebabkan penjualan simcard prabayar Indosat Ooredoo tidak stabil
2. Buruknya Kualitas Pelayanan *customer service* Indosat Ooredoo sehingga membuat konsumen merasakan kecewa dan tidak puas terhadap Indosat Ooredoo.
3. Lemahnya sinyal 4G pada simcard prabayar Indosat Ooredoo sehingga membuat konsumen tidak puas dan tidak loyal pada Indosat Ooredoo.

1.2.2. Pembatasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah berfokus pada Kualitas Layanan (X_1), Harga (X_2), Loyalitas Pelanggan (Y), Kepuasan Pelanggan (Z) pada pengguna simcard prabayar 4G Indosat Ooredoo di Universitas Esa Unggul, Jakarta Barat.

1.3. Perumusan Masalah

Dari uraian Latar Belakang tersebut maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan simcard prabayar Indosat Ooredoo di Universitas Esa Unggul?
2. Apakah terdapat pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan simcard prabayar Indosat Ooredoo di Universitas Esa Unggul?
3. Apakah terdapat pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan simcard prabayar Indosat Ooredoo di Universitas Esa Unggul?

4. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan simcard prabayar Indosat Ooredoo di Universitas Esa Unggul?
5. Apakah terdapat pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan simcard prabayar Indosat Ooredoo di Universitas Esa Unggul?
6. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan simcard prabayar Indosat Ooredoo di Universitas Esa Unggul?
7. Apakah terdapat pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan simcard prabayar Indosat Ooredoo di Universitas Esa Unggul?

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan simcard prabayar Indosat Ooredoo di Universitas Esa Unggul, Jakarta Barat.
2. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan simcard prabayar Indosat Ooredoo di Universitas Esa Unggul, Jakarta Barat.
3. Untuk mengetahui pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan simcard prabayar Indosat Ooredoo di Universitas Esa Unggul, Jakarta Barat.
4. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan simcard prabayar Indosat Ooredoo di Universitas Esa Unggul, Jakarta Barat.
5. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan simcard prabayar Indosat Ooredoo di Universitas Esa Unggul, Jakarta Barat.
6. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan simcard prabayar Indosat Ooredoo di Universitas Esa Unggul, Jakarta Barat.
7. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan simcard prabayar Indosat Ooredoo di Universitas Esa Unggul, Jakarta Barat.

1.5. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian diharapkan dapat membantu dan berguna untuk berbagai pihak.

1. Bagi Perusahaan
Masukan bagi *provider* Indosat Ooredoo sebagai sumber referensi tambahan untuk meningkatkan dan mengembangkan perusahaan, dengan memaksimalkan jaringan telepon, internet, kualitas layanan,

dan harga sebagai nilai kualitas produk untuk menciptakan kepuasan konsumen yang berdampak kepada loyalitas pelanggan.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan kesempatan bagi peneliti untuk menerapkan teori-teori yang didapatkan baik dari perkuliahan maupun di luar perkuliahan dan memperdalam pengetahuan serta menambah wawasan dibidang pemasaran. Selain itu juga untuk menyelesaikan tugas akhir Program S-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen di Universitas Esa Unggul Jakarta Barat.

3. Bagi Pihak Lain

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan Simcard Prabayar Indosat Ooredoo.