BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Keberhasilan suatu perusahaan sangat bergantung pada banyak hal, sehingga menimbulkan banyak pula masalah yang dihadapi, mulai dari masalah-masalah intern seperti perencanaan suatu produk yang akan dimiliki perusahaan dan banyak lagi permasalahan lainnya, selain itu juga terdapat sejumlah masalah ekstern yang perkembangannya perlu diikuti atau disesuaikan seperti perubahan selera konsumen, kondisi pasar, persaingan serta berbagai hal lainnya.

Sesuai dengan salah satu tujuan perusahaan yaitu dapat memberikan kepuasan kepada konsumen, maka suatu perusahaan harus dapat menciptakan suatu produk (barang maupun jasa) yang sesuai dengan selera konsumen. Sehubungan dengan salah satu permasalahan tersebut, maka perusahaan yang baik tidak mungkin memproduksi suatu produk tanpa menyelidiki selera dan keinginan konsumen sebaliknya tetap memperhatikan dan mengikuti selera konsumen yang bermacam-macam itu. Termasuk juga dengan produk Esia yang diharapkan agar konsumen tidak menolak produk tersebut melainkan menyambutnya dengan baik sehingga menjadi loyal dalam menggunakan produk tersebut. Sehubungan dengan selera konsumen yang berubah-ubah ini dan juga dari pihak

pesaing penghasil produk serupa yang semakin ketat, perusahaan perlu meninjau seberapa besarkah tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen saat ini.

Esia dipilih karena dalam penelitian ini memiliki banyak aspek yang dapat diteliti, baik dari sisi *Product, Price, Place,* maupun *Promotion.* Selain itu fakta bahwa Esia merupakan salah satu operator selular terbesar di Indonesia, membuat tingkat kepuasan dan loyalitas dari pengguna Esia harus diteliti agar perusahaan dapat melakukan pengembangan produk maupun pelayanan.

Operator selular banyak memiliki segmen konsumennya masing-masing. Namun setiap perusahaan ataupun merek tertentu pasti memiliki kekuatannya sesuai dengan kelebihannya dibanding dengan pesaingnya. Esia sendiri disini cukup menguasai pasar operator selular CDMA dengan berbagai kelebihannya terutama : *Product* dan *Price* khususnya di Jakarta. Dengan kelebihannya yang ada maka Esia tentu memiliki banyak konsumen yang loyal terhadap produk-produk yang dikeluarkan Esia. Selain itu loyalitas konsumen tentu tidak hanya muncul dari kenyamanan dan kepuasan konsumen terhadap produk, tentu aspek pelayanan dari *customer service* dalam layanan purna jual yang dimiliki Esia juga sangat diperlukan.

Karena betapa pentingnya bagi perusahaan dan *managerial* untuk mengetahui seberapa banyak konsumen yang puas dan loyal, serta faktor-

faktor apa saja yang dapat mempengaruhi konsumen menjadi loyal terhadap suatu produk, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "**Analisis Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Tingkat Loyalitas Pengguna Operator Selular Esia** ".

B. Identifikasi Masalah

Masalah yang dihadapi oleh Esia dalam kegiatan bisnisnya adalah sebagai berikut:

1. Adanya persaingan antar produk *provider* Esia dengan *provider* lain, sehingga membuat perusahaan melakukan langkah-langkah antisipasi, salah satunya meningkatkan kualitas produk.
2. Esia saat ini terus mengeluarkan berbagai produk barunya dalam bentuk layanannya seperti Esia Messenger, dimana Esia diharapkan dapat bersaing dengan kompetitornya yang terlebih dulu mengeluarkan layanan *Chatting/Messenger* kesesama *providernya*.
3. Para pesaing terus mencoba mengembangkan pasar dengan produk-produk baru, sehingga Esia harus terus menyiapkan inovasi-inovasi terbarunya.
4. Perusahaan masih sulit untuk mengetahui tentang kualitas produk yang dapat memenuhi kepuasan konsumennya.

5. Sering terjadi keluhan konsumen karena kinerja yang kurang optimal, baik dari jaringan/sinyal, harga, dan sebagainya.

C. Pembatasan Masalah

Dengan produk yang nanti akan diteliti adalah Esia maka ruang lingkupnya akan dibatasi agar peneliti dapat lebih terarah dalam meneliti. Maka peneliti hanya membatasi penelitian pada daerah Jakarta khususnya pegawai perusahaan dan mahasiswa. Kemudian seberapa besar kepuasan konsumen akan dibatasi dengan menganalisis dari 4P (*Product, Price, Place, dan Promotion*) yang akan dikembangkan dalam bentuk kuesioner untuk dapat mengukur tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen.

D. Perumusan Masalah

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

1. Bagaimanakah tingkat kepuasan konsumen dalam menggunakan Esia?
2. Pada tingkat manakah loyalitas pengguna Esia?
3. Apakah ada pengaruh antara kepuasan terhadap tingkat loyalitas konsumen pengguna Esia?

4. Seberapa besarkah pengaruh kepuasan terhadap tingkat loyalitas konsumen pengguna Esia?
5. Faktor apakah yang paling berpengaruh terhadap tingkat loyalitas konsumen pengguna Esia?

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui sampai dimana tingkat kepuasan konsumen dalam menggunakan Esia.
2. Untuk mengetahui tingkatan loyalitas pengguna Esia.
3. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kepuasan terhadap tingkat loyalitas konsumen pengguna Esia.
4. Untuk mengetahui besarnya pengaruh kepuasan konsumen terhadap tingkat loyalitas konsumen pengguna Esia.
5. Untuk mengetahui faktor apa yang paling berpengaruh terhadap tingkat loyalitas konsumen pengguna Esia.

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan bagi PT. Bakrie Telecom Tbk. dalam meningkatkan pelayanan purna jual dan dalam menentukan kebijakan keputusan manajemen.

2. Bagi Penulis / Akademis

Sebagai bahan masukan dan informasi tambahan, khususnya pada bidang kepuasan dan loyalitas konsumen terhadap produk Esia.

3. Bagi Pihak Lain

Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan salah satu sumber dan studi perbandingan yang relevan dalam upaya untuk memecahkan masalah yang sedang dihadapi.

G. Sistematika Pembahasan

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menguraikan sistematika pembahasan menjadi enam bab yang berguna untuk memperoleh gambaran secara jelas mengenai hal-hal yang dibahas dalam penelitian ini, yakni sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi tentang latar belakang masalah penelitian yang berkaitan dengan fakta, motivasi, pengembangan, judul dari masalah yang sedang diteliti,

masalah penelitian, tujuan penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORITIS

Dalam bab ini berisi tentang teori-teori yang menjadi landasan penulis dalam melakukan penelitian, model penelitian, dan perumusan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang bentuk penelitian, objek penelitian, definisi operasional variabel dan pengukurannya, teknik pengumpulan data, metode penentuan sampel, uji kualitas data, serta metode analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis.

BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang gambaran umum objek yang digunakan dalam penelitian.

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan dijelaskan hasil penelitian mengenai analisis pengaruh kepuasan terhadap loyalitas konsumen operator selular Esia dan pembahasan masalah-masalah yang ada.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab terakhir, yang berisi kesimpulan dan saran-saran berdasarkan hasil pembahasan sebelumnya.