

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini, salah satu industri yang menarik untuk digali mengenai loyalitas pelanggannya adalah industri telekomunikasi seluler. Industri yang mengalami perkembangan pesat dengan jumlah pertumbuhan konsumen yang tinggi di Indonesia bahkan di dunia ini dapat diakui banyak menarik minat para pelaku bisnis sehingga menimbulkan suatu persaingan yang ketat. Hal ini dibuktikan dengan hasil laporan Asosiasi Telekomunikasi Seluler Indonesia (ATSI) yang menyatakan jumlah pengguna seluler di Indonesia hingga 31 Desember 2015 diperkirakan mencapai 176 juta pelanggan atau 80% dari 220 penduduk Indonesia. Jumlah ini diperoleh setelah 15 tahun layanan GSM beroperasi di tanah air. Dari 176 juta pelanggan seluler itu sebanyak 80% adalah pelanggan kartu seluler prabayar.

#### 1.1. Tabel Top Brand Indeks ATSI Periode 2015

MEREK	TOP BRAND INDEKS	TOP
Simpati	50,6 %	TOP
XL	19,4 %	TOP
IM3	14,1 %	TOP
Tri '3'	9,0 %	
Axis	6,9 %	

Sumber : [www.telkomsel.co.id](http://www.telkomsel.co.id), 2015 diakses pada 26 oktober 2015.

Menurut catatan ATSI, pelanggan telkomsel simpati hingga Desember 2015 mencapai 50,6%, XL 19,4%, Indosat 14,1%, Tri '3' 9,0% dan Axis 6,9%. Salah satu produk Telkomsel yang menjadi Leader saat ini adalah simPATI, seperti yang ditunjukkan pada Tabel 1.1 dimana hingga saat ini digunakan oleh 176 juta pelanggan pada akhir tahun 2015 ([www.telkom.co.id](http://www.telkom.co.id), periode 2015, diakses pada 26 Oktober 2015). Sebagai kartu prabayar GSM isi ulang pertama yang diluncurkan Telkomsel tahun 1997, kartu prabayar simPATI (Sistem komunikasi cepat dan pasti) terus dikembangkan dalam upaya memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggannya .

### 1.1. Tabel Gambar Pangsa Pasar Operator Telekomunikasi di Indonesia Tahun 2015



Sumber : Data PT. Telkomsel, diakses pada 26 oktober 2015.

Investasi dalam industry ini juga terus meningkat menjadi sekitar 2 *miliard dollar* per tahun, dengan jumlah BTS (*Base Transceiver Station*) mencapai lebih 100.000 unit (Program Investasi, PT. Telkomsel 31 Desember 2015). Perkembangan yang cukup pesat ini membuat para operator seluler harus memiliki cara dan langkah yang tepat untuk dapat bersaing dengan berbagai macam produk seluler yang lain agar nantinya dapat terus menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada sehingga profitabilitas tetap terjaga.

Di Indonesia sendiri telah banyak bermunculan wajah baru yang ikut meramaikan pasar industri seluler GSM (*Global System for Mobile Communication*). Perusahaan tersebut diantaranya PT. Telekomunikasi Seluler (Telkomsel, As dan Kartu Halo), PT. Indosat Tbk (Mentari, IM3), PT. Excelcomindo Pratama (XL), PT. Hutch (Three), dan PT. Natrindo Telepon Seluler (Axis). Sejalan dengan hal tersebut, teknologi dan fasilitas yang ditawarkan juga semakin beragam. Jasa layanan yang disediakan tidak hanya terbatas pada kebutuhan untuk telepon dan sms saja, namun juga layanan pelengkap lain misalnya GPRS, MMS dan internet yang semakin memanjakan para penggunanya. Keadaan ini menjadikan pengguna fasilitas telepon seluler menjadi sebuah kebutuhan yang tak terpisahkan dalam keseharian masyarakat dan pada akhirnya menjadi peluang yang besar bagi perusahaan-perusahaan GSM tersebut. Namun perlu diketahui bahwa perusahaan juga harus melihat

sisi lain dari peluang tersebut yaitu semakin ketatnya persaingan antar pembisnis *provider* seluler ini. Tidak dapat dipungkiri bahwa semakin tinggi tingkat persaingan maka akan semakin besar pula tingkat *switching barrier* antar *provider* tersebut pada tingkat pelanggan. Hal ini membuat perusahaan harus menunjukkan keunggulan produknya agar dapat memuaskan pelanggan dan mempertahankan pelanggan yang ada sehingga dapat menekan tingkat *switching barrier* pada pelanggan.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul : “Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi oleh *Trust* dan *Switching Barrier* pada pengguna Kartu Telkomsel Simpati”.

## **1.2 Identifikasi dan Pembatasan Masalah**

### **1.2.1. Identifikasi Masalah**

Dari latar belakang yang telah diuraikan, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Banyaknya pesaing *provider* dalam industri telekomunikasi seluler sehingga membuat PT. Telkomsel simpati semakin ketat dalam persaingan untuk memperebutkan pelanggan baru.

2. Masih banyaknya konsumen yang membandingkan antara kartu telkomsel simpati dengan *provider* lainnya sehingga tantangan untuk mempertahankan pelanggan yang lama agar tetap setia dengan kartu telkomsel simpati.
3. Persaingan harga menjadi alasan konsumen dalam menentukan produk dan jasa kartu telkomsel simpati dengan *provider* lainnya karena harga yang sangat bersaing dengan *provider lain*.
4. Telkomsel simpati harus lebih berinovasi sehingga untuk mendapatkan kepercayaan pelanggan karena banyaknya persaingan *provider*.

### **1.2.2. Pembatasan Masalah**

Dari identifikasi masalah diatas, penulis membatasi pokok permasalahan sebagai berikut :

1. Peneliti membatasi masalah hanya pada pengguna kartu telkomsel simpati.
2. Fokus penelitian ini adalah kepuasan pelanggan (X), *trust* (Z1), dan *switching barrier* (Z2) terhadap loyalitas pelanggan (Y).
3. Penelitian ini dilakukan di Universitas Esa Unggul, Jakarta Barat.
4. Data responden diperoleh berdasarkan pengguna kartu telkomsel simpati.

### 1.3. Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan pembatasan masalah diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap kepercayaan pada pengguna kartu telkomsel simpati?
2. Apakah terdapat pengaruh signifikan antara kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna kartu telkomsel simpati ?
3. Apakah terdapat pengaruh signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap *switching barrier* pada pengguna kartu telkomsel simpati ?
4. Apakah terdapat pengaruh signifikan antara *switching barrier* terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna kartu telkomsel simpati ?
5. Apakah terdapat pengaruh signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna kartu telkomsel simpati?

#### 1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap kepercayaan pada pengguna kartu telkomsel simpati.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh signifikan antara kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna kartu telkomsel simpati.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap *switching barrier* pada pengguna kartu telkomsel simpati.
4. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh signifikan antara *switching barrier* terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna kartu telkomsel simpati.
5. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh langsung antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna kartu telkomsel simpati.

## 1.5. Manfaat Penelitian

Dengan diperolehnya informasi tentang kepuasan pelanggan, kepercayaan dan *switching barrier* terhadap loyalitas pelanggan pengguna kartu telkomsel simpati diharapkan dapat memberi manfaat, sebagai sarana untuk dapat menerapkan dan memperdalam ilmu pengetahuan teoritik serta sebagai bahan masukan bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang manajemen pemasaran.

### 1. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada perusahaan telekomunikasi sebagai salah satu pertimbangan untuk mendukung pihak perusahaan dalam pengambilan keputusan dengan penggunaan strategi-strategi yang sesuai, tepat dan paling baik dalam menangani pelanggan serta sebagai tambahan referensi informasi tentang keinginan pasar (pelanggan).

### 2. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan bagi penulis terutama di bidang ilmu pemasaran jasa dan metodologi penelitian. Selain

itu, melalui penelitian penulis di harapkan mampu menjabarkan antara kenyataan dengan teori yang dikaji.

3. Bagi pembaca

Penelitian ini di harapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan, serta memberikan kontribusi pada perkembangan penelitian-penelitian selanjutnya.