

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Era modern saat ini teknologi sudah semakin canggih. perkembangan teknologi yang semakin pesat merupakan salah satu aspek yang paling berpengaruh bagi kehidupan manusia. Bahkan teknologi bisa dikatakan sebagai kebutuhan manusia saat ini, karena hampir segala aktifitas manusia menggunakan teknologi terutama yaitu international network atau internet. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut maka masyarakat menginginkan layanan akses internet yang cepat dan tanpa hambatan (suriyani, 2017).

Internet bisa berfungsi dengan menggunakan kartu prabayar yang disediakan oleh beberapa perusahaan operator. Operator-operator yang ternama di Indonesia diantaranya Telkomsel, XL, Indosat Smartfren, dan Tri.

Semakin banyak nya pengguna internet semakin banyak juga perusahaan yang bersaing. Kualita produk, kualitas pelayanan, dan harga menjadi salah satu pengaruh masyarakat menggunakan layanan perusahaan tersebut. Selain itu, perusahaan di tuntut untuk mengembangkan suatu produk yang bermanfaat dan inovatif sesuai dengan harapan pelanggan akan merasakan puas setelah menggunakan produk dan melakukan pembelian produk yang sama secara berulang dimasa datang (sari dan utama, 2016).

Salah satu syarat yang harus dipenuhi suatu perusahaan agar dapat mencapai sukses dalam persaingan adalah menciptakan dan mempertahankan pelanggan (bachmid, et al, 2016).

Pelanggan yang loyal memberikan banyak keuntungan bagi perusahaan diantaranya memberikan peluang untuk pembelian ulang yang konsisten, perluas lini produk yang dikonsumsi, penyebaran berita baik (positive word of mouth), menurunnya biaya promosi dalam rangka menarik pelanggan baru.

Tantangan bagi perusahaan yang berdiri pada tahun 1967 ini, dimana saat ini perusahaan ini menduduki peringkat ke empat menurut KOMPAS.com yang sudah dilakukan uji kelayakan oleh nPerf. Data dapat dilihat dari tabel berikut :

Gambar 1.1 Uji Kelayakan

Summary table of the nPerf barometer 2020
Mobile data connections in Indonesia

	3 Tri	Indosat Ooredoo	Smartfren	Telkomsel	XL Axiata
Success ratio	76.24 %	68.74 %	68.34 %	71.36 %	68.26 %
Download bitrate	5.19 Mb/s	5.80 Mb/s	7.28 Mb/s	8.26 Mb/s	5.67 Mb/s
Upload bitrate	3.92 Mb/s	3.57 Mb/s	2.29 Mb/s	5.04 Mb/s	3.54 Mb/s
Latency	69.26 ms	77.40 ms	57.32 ms	60.66 ms	68.25 ms
Browsing	30.75 %	29.48 %	27.25 %	35.34 %	27.27 %
Streaming YouTube	50.13 %	45.77 %	36.20 %	62.87 %	51.59 %
2G/3G/4G Score nPerf	19 824 nPoints	18 249 nPoints	16 892 nPoints	29 466 nPoints	19 646 nPoints

Dari tabel diatas Indosat berada di urutan ke empat pada tahun 2020, dan pada tahun 2020 juga jumlah pelanggan Indosat susut.

Indosat menjelaskan penyebab susut nya jumlah pelanggan pada kuartal IV/2020. Leo Dwi Jatmiko – Bisnis.com 22 Februari 2021 | 22:54 WIB.

Bisnis.com, JAKARTA – PT Indosat Tbk. (ISAT) menyampaikan penurunan jumlah pelanggan yang terjadi pada kuartal IV/2020 dibandingkan dengan kuartal III/2020 disebabkan strategi perusahaan berfokus pada peningkatan kualitas pelanggan baru. SVP Head Corporate Communications Indosat Ooredoo Steve Saerang mengatakan Indosat menerapkan strategi untuk meningkatkan kualitas pelanggan baru. Strategi tersebut terbukti ampuh dan nampak dari pertumbuhan positif serta konsisten yang dibukukan Indosat selama pandemi.

“Selama pandemi perusahaan masih membuktikan resilience dengan pertumbuhan yang konsisten,” kata Steve kepada Bisnis.com, Senin 22/2/2021.

Pada kuartal IV/2020, jumlah pelanggan Indosat mencapai 60,3 juta pelanggan, berkurang 100.000 pelanggan dibandingkan dengan kuartal III/2020 yang berjumlah 60,4 juta pelanggan. Meski mengalami penurunan secara kuartal, jika dibandingkan dengan periode yang sama tahun lalu jumlah pelanggan Indosat masih tumbuh sebanyak 1 juta pelanggan. Indosat juga dapat meningkatkan rerata pendapatan per pelanggan (average revenue per user/ARPU) prabayar. Tercatat pada kuartal IV/2020 ARPU Indosat senilai Rp.31.300, bertambah Rp.300 dibandingkan dengan kuartal III/2020 yang senilai Rp.31.000.

Steve menjelaskan ke depan perseroan akan terus fokus melanjutkan strategi turnaround untuk meningkatkan pengalaman pelanggan sehingga pelanggan makin nyaman dalam menggunakan layanan Indosat “Strategi

turnaround tersebut antara lain ekspansi 4G dengan kualitas jaringan video, digitalisasi produk yang simple, relevan dan transparan serta pengalaman digital terbaik bagi pelanggan”, kata Steve.

Berdasarkan data dan keterangan diatas, peneliti tertarik atas apa yang paling berpengaruh pelanggan Indosat untuk tetap menggunakan produk IM3. Maka dari itu, peneliti akan diidentifikasi dalam skripsi dengan judul : **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN KARTU PRABAYAR INDOSAT (IM3) (Studi kasus pada followers Indosat)”**.

tabel 1. 1 Research GAP

No	Peneliti	Variabel	Hasil Penelitian
1	Melysa Elisabeth Pongoh 2013	Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap loyalitas pelanggan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. 2. kualitas produk berpengaruh namun tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. 3. kualitas pelayanan berpengaruh namun tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan 4. harga tidak berpengaruh

			terhadap loyalitas pelanggan
	Isma Tulloch 2020	Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap loyalitas pelanggan	Variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan
2	Amelia Septian Aryamti 2019	Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan	Varibel harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan
	Joko Bagio Santoso 2019	Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan	Variabel kualitas produk tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen
3	Muhammad Rezha Pahlawan 2019	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan	Variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan
	Iskandar Ahmaddien 2019	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan	Variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan
4	Rini sugiarsih Duki saputri 2019	Pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan	Variabel harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan
	Agustina, Maulidah 2016	Pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan	Variabel harga tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan kartu prabayar indosat (IM3)?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan kartu prabayar indosat (IM3)?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan kartu prabayar indosat (IM3)?
4. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan kartu prabyar indosat (IM3)?

C. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini penulis menguraikan tentang pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap loyalitas pelanggan.

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap loyalitas pelanggan kartu prabayar indosat (IM3)

- b. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan kartu prabayar indosat (IM3)
- c. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan kartu prabayar indosat (IM3)
- d. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan kartu prabayar indosat (IM3)

2. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari hasil yang telah dilakukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambahkan wawasan bagi peneliti, dan untuk memenuhi salah satu syarat untuk meraih gelar sarjana pada Studi Ekonomi Manajemen Universitas Satya Negara Indonesia. Serta dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang tertarik ingin meneliti dengan topik maupun objek yang sama.

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan yang bermanfaat bagi perusahaan untuk mengetahui variabel-variabel yang mana yang belum sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan, sehingga perusahaan akan mudah melakukan pengembangan suatu produk, supaya produk tersebut sesuai dengan kebutuhan.

c. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat digunakan untuk bahan perbandingan dan dapat menjadi salah satu bahan referensi sebagai tambahan informasi bagi akademisi untuk melakukan penelitian selanjutnya.

