

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Teknologi komunikasi saat ini tidak hanya menjadi kebutuhan masyarakat umum tetapi juga menjadi ladang bisnis yang prospektif. Bisnis operator selular dari tahun ke tahun terus meningkat seiring perkembangan jaman selain itu didukung pula dengan hadirnya telepon selular murah yang mampu dijangkau berbagai lapisan masyarakat hingga bisnis operator selularpun makin meluas di Indonesia.

Di Jaman yang sangat modern saat ini banyak sekali masyarakat dan juga tidak menutup kemungkinan mahasiswa yang mengambil keputusan untuk membuka usaha berjualan di bidang online, dan tentunya memerlukan jangkauan yang luas, dari berbagai macam kartu perdana selular yang memberikan banyak promo menggiurkan, tetapi hanya beberapa provider yang mempunyai jangkauan luas di berbagai wilayah, saat ini jaringan telkomsel sudah masuk ke beberapa wilayah pelosok sehingga sudah tidak diragukan lagi untuk kecepatan jaringannya. Tetapi bagi mahasiswa dan beberapa pelanggan harga yang di tawarkan oleh provider simpati terlalu mahal, akan tetapi para pelanggan tetap bertahan menggunakan provider simpati karena simpati memiliki jaringan yang cepat dan jangkauan yang luas. Salah satu faktor kelemahan telkomsel adalah pada saat menerima

keluhan, kurangnya tanggap customer service terhadap keluhan pelanggan, proses penerimaan keluhan dari customer service ke bagian server yang membuat pelanggan menjadi lama menunggu sehingga menurunkan kualitas pelayanan. Menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan, kualitas produk dan harga yang mampu bersaing untuk mendapatkan pelanggan yang loyal. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan layanan yang bermutu kepada para pelanggannya, pencapaian pangsa pasar yang tinggi.

Simpati memiliki kualitas pelayanan yang merupakan faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, kualitas pelayanan merupakan salah satu keinginan pelanggan dalam menilai kualitas suatu produk. Kualitas layanan (*service quality*) sangat bergantung pada tiga hal, yaitu: sistem, teknologi dan manusia. Faktor manusia memegang kontribusi terbesar sehingga kualitas layanan lebih sulit ditiru dibandingkan dengan kualitas produk dan harga. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2008 : 85).

Selain kualitas pelayanan kualitas produk simpatipun merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, saat ini banyak sekali operator selular yang memiliki kualitas unggulan dari setiap produk, maka dari itu simpati harus lebih semaksimal mungkin untuk menetapkan keunggulan produk sehingga menciptakan loyalitas pelanggan. Banyak

orang menganggap produk adalah suatu penawaran nyata, tetapi produk bisa lebih dari itu. Secara luas, Produk (*product*) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi dan ide. (Kotler & Keller 2010 : 4)

Terkait mengenai harga sebagian besar pelanggan selalu ingin merasa puas akan kenyamanan kualitas yang dimiliki produk sehingga pelanggan tidak pernah memperlakukan harga, tetapi tetap harus berhati-hati karena harga yang terlalu tinggi dapat mempengaruhi keputusan pembeli. Harga juga mengomunikasikan positioning nilai yang di maksudkan dari produk atau merk perusahaan ke pasar. Produk yang di rancang dan di pasarkan dengan baik dapat dijual dengan harga tinggi dan menghasilkan laba yang besar. (Kotler & Keller 2010 : 67)

Loyalitas pelanggan menurut (Ali hasan 2013 : 121) merupakan ukuran kedekatan pelanggan pada sebuah merk, pelanggan menyukai merk, merk menjadi top of mind (merk pertama yang muncul) jika memngingat sebuah kategori produk, komitmen merk yang mendalam memaksa preferensi pilihan untuk melakukan pembelian, membantu pelanggan mengidentifikasi perbedaan mutu, sehingga ketika berbelanja akan lebih efisien.

Hasil penelitian sebelumnya yang dilaporkan oleh Sutrisni (2010) dengan judul “ Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan,

Desain Produk, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indosat Pada Mahasiswa Di Ponegoro Semarang” Menunjukkan bahwa kelima faktor (Kualitas produk, kualitas pelayanan, desain produk, harga dan kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas pelanggan. Sedangkan pada penelitian lain, yang dijelaskan oleh Irma Yunita (2013) dengan judul “ Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pemasangan Iklan Di PT. Radar Banten Dan Pesaingnya” Dalam penelitian ini sangat berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini menunjukkan bahwa hanya 2 variabel yang berpengaruh positif yaitu variabel kualitas produk dan brand image tetapi variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan, sedangkan dalam penelitian pertama, kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Pada penelitian yang lain, dijelaskan oleh Yuliana Rahmani (2012) dengan judul “ Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Suasana Toko Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Indomaret Cabang Kopo Sayati Bandung ” Menunjukkan bahwa kinerja kualitas pelayanan dan suasana toko pada Indomaret Cabang Kopo Sayati Bandung dinilai oleh sebagian besar konsumen sudah baik. Secara simultan kualitas pelayanan dan suasana toko mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap pelanggan indomaret Cabang Kopo Sayati Bandung dan secara parsial variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang paling besar terhadap loyalitas pelanggan dibandingkan dengan suasana toko. Sedangkan pada penelitian lain yang

dijelaskan oleh Melysa E. Pongoh (2013) dengan judul “ Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu AS Telkomsel Di Kota Manado ” Hasil analisis secara simultan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. kualitas pelayanan dan kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan tetapi variabel harga tidak berpengaruh.

Dari masalah yang ada diatas, maka perlu dilakukan penelitian selanjutnya, maka penulis ingin membahas penelitian dengan mengambil judul “ **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN KARTU SIMPATI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI USNI** “.

1.2 PERUMUSAN MASALAH

- a. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan kartu Simpati pada mahasiswa fakultas ekonomi USNI ?
- b. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan kartu Simpati pada mahasiswa fakultas ekonomi USNI ?
- c. Apakah ada pengaruh harga produk terhadap loyalitas pelanggan kartu Simpati pada mahasiswa fakultas ekonomi USNI ?
- d. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga produk terhadap loyalitas pelanggan kartu Simpati pada mahasiswa fakultas ekonomi USNI ?

1.3 TUJUAN DAN KEGUNAAN PENELITIAN

a. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan kartu Simpati pada mahasiswa fakultas ekonomi USNI ?
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan kartu Simpati pada mahasiswa fakultas ekonomi USNI ?
3. Untuk mengetahui pengaruh harga produk terhadap loyalitas pelanggan kartu Simpati pada mahasiswa fakultas ekonomi USNI ?
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, harga produk terhadap loyalitas pelanggan kartu Simpati pada mahasiswa fakultas ekonomi USNI ?

b. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Penulis
Sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana ekonomi pada Universitas Satya Negara Indonesia.
2. Bagi Perusahaan
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi perusahaan (PT. Telkomsel) untuk dapat mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga produk terhadap loyalitas pelanggan
3. Bagi Pembaca
Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan melengkapi penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan, kualitas

produk dan harga produk dan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan.

