

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi telekomunikasi yang sangat pesat memberikan pengaruh yang sangat besar bagi perusahaan jasa telekomunikasi di Indonesia. Salah satu perkembangan teknologi telekomunikasi adalah perkembangan telekomunikasi seluler. Mobilitas serta meningkatnya kebutuhan masyarakat dalam berkomunikasi di mana saja dan kapan saja menjadikan faktor pendorong munculnya teknologi berbasis seluler.

Komunikasi merupakan sarana formal atau informal yang digunakan dalam berbagi informasi yang bermanfaat dan tepat waktu antara satu pihak lain. Disatu pihak, kemajuan teknologi yang dipandang dari segi waktu dan biaya telah mendekatkan jarak antara pelanggan dan produsen.

Situasi pasar yang demikian kompetitif dengan dukungan jaringan informasi membawa perubahan yang cenderung cepat dalam pola belanja pelanggan pada bidang alat komunikasi khususnya kartu seluler.

Kecenderungan tersebut sangat ditentukan oleh pelanggan, begitu tingginya usaha perdagangan kartu seluler dari berbagai jenis merek yang ditawarkan oleh produsen, menyebabkan persaingan dalam usaha perdagangan tersebut akan semakin tinggi. Telekomunikasi Seluler (Telkomsel) masih menjadi operator terbesar di Indonesia. Jenis-jenis kartu telkomsel yaitu Simpati, Kartu AS, Kartu Halo dan Kartu Loop.

Loyalitas pelanggan adalah seseorang yang telah terbiasa untuk membeli produk yang ditawarkan dan sering berinteraksi (melakukan pembelian) selama periode waktu tertentu, dengan tetap setia mengikuti semua penawaran perusahaan. loyalitas menunjukkan kondisi dari durasi waktu ke waktu tertentu dan mensyaratkan bahwa tindakan pembelian terjadi tidak kurang dari dua kali. Konsep loyalitas pelanggan pada sebuah perusahaan tidak terlepas dari konsep loyalitas merek (*brand loyalty*) pada perusahaan tertentu.

Loyalitas pelanggan sangat mempengaruhi bisnis *provider* karena penggunaannya merasa puas, percaya dan mendapatkan kualitas layanan yang baik maka pelanggan akan melakukan pembelian berulang kali kepada produk tersebut, itulah yang berhubungan dengan loyalitas pelanggan pengguna kartu Telkomsel.

Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan yang diteliti oleh peneliti I yang dilakukan KFC Cabang solo menunjukkan bahwa Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti II yang dilakukan di Galaxy motor Kediri menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan yang diteliti oleh peneliti I yang dilakukan di Jakarta pada pelanggan PT. Taksi *blue bird group Jakarta* menunjukkan bahwa Kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian yang diteliti oleh peneliti II yang dilakukan di Pelanggan Telkom Speedy Di Palangka Raya yang menunjukkan tidak terdapat pengaruh antara Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Dalam membangun dan meningkatkan loyalitas pelanggan, perusahaan harus memperhatikan faktor yang mempengaruhinya. Faktor pembentuk loyalitas yang utama ada tiga yaitu kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan murni harus dipertahankan bahkan ditingkatkan agar selalu dapat membuat pelanggan puas dan menjadi loyal. Loyalitas adalah komitmen untuk membeli kembali atau pembelian secara berulang produk atau jasa yang lebih disukai. (Rifai ahmad, 2019:51)

Tabel 1.1. Proporsi Jumlah Pelanggan Kartu Telkomsel di Metro Tahun 2016 - 2021

No.	Wilayah	Jumlah Pelanggan
1.	Metro selatan	3.502
2.	Metro Barat	22.480
3.	Metro Pusat	45.432
4.	Metro Utara	16.292
5.	Metro Timur	47.812
	Jumlah	135.518

Sumber : Data TDC Telkomsel Metro 2022

Berdasarkan tabel 1.1 terlihat bahwa proporsi jumlah pelanggan kartu Telkomsel di Metro dengan lima kecamatan pada tahun 2022 hingga sekarang yaitu Metro Selatan sebanyak 3.502, Metro Barat 22.480, Metro Pusat 45.432, Metro Utara 16.292 dan Metro Timur 47.812 pelanggan kartu Telkomsel. Jumlah pelanggan kartu Telkomsel keseluruhan yaitu 135.518 jiwa dari 160.729 penduduk di Kota Metro tahun 2016.

Dalam kehidupan sehari-hari konsep loyalitas pelanggan lebih banyak dikaitkan dengan perilaku (*behaviour*) daripada dengan sikap. Bila seseorang merupakan pelanggan loyal, ia menunjukkan perilaku pembelian yang didefinisikan sebagai pembelian *non random* (tidak acak) yang diungkapkan dari waktu ke waktu oleh beberapa unit pengambil keputusan.

Tabel 1.2 Jumlah Mahasiswa FEB UMM dan Jumlah Mahasiswa Pengguna Telkomsel Tahun 2018

Tahun Angkatan	Jumlah Siswa Prodi Manajemen & Akuntansi	Mahasiswa/i Pengguna Telkomsel
2018	216	89
Jumlah	216	89

Sumber : Data diolah, 2022.

Berdasarkan Prasurvey yang dilakukan dari jumlah 216 Mahasiswa UMM Metro Fakultas ekonomi dan bisnis yang menggunakan Telkomsel hanya sekitar 89 orang. Diperoleh hasil prasurvey dari 26 mahasiswa/i yang dibagi kuesioner tentang pengaruh kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan, dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan di UMM sebagai berikut:

Tabel 1.3 Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan, Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan di UMM

Variabel	Jumlah Responden	Presentase Yang Diperoleh	Kesenjangan Dari 100%
Kepuasan	26	37.3%	62,7%
Kepercayaan	26	37.0 %	63.0%
Kualitas Layanan	26	46.1%	63,9%
Loyalitas Pelanggan	26	47.0%	53.0%

Sumber : Data diolah, 2022.

Berdasarkan tabel tersebut hasil prasurvey yang dilakukan terhadap 26 responden diperoleh gambaran awal yaitu kepuasan pelanggan dari survey tersebut hanya mendapatkan presentase 37,3% dari 100%, kepercayaan pelanggan 37,0 % dari 100%, kualitas layanan 46,1% dari 100%, dan loyalitas pelanggan hanya 47,0% dari 100%. Hal ini menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan untuk tetap menggunakan kartu Telkomsel seperti kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan, dan kualitas layanan perlu ditingkatkan lagi untuk mempertahankan pelanggan telkomsel tetap setia dan merasa mendapatkan kepuasan, kualitas pelayanan yang baik dan memiliki kepercayaan yang lebih terhadap Telkomsel.

Berdasarkan latar belakang penelitian dan hasil pra survey tersebut maka penulis merasa perlu melakukan penelitian yang mendalam tentang **“Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan pelanggan, dan kualitas layanan, dan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Kartu Telkomsel Pada Mahasiswa Prodi FEB angkatan 2018 Universitas Muhammadiyah Metro”**.

B. Identifikasi Masalah & Rumusan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

- a. Mahasiswa belum merasa puas terhadap kartu telkomsel.
- b. Mahasiswa belum sepenuhnya percaya terhadap kartu telkomsel.
- c. Mahasiswa belum mengetahui kualitas layanan yang baik dan jaringan yang luas pada kartu telkomsel.
- d. Mahasiswa belum sepenuhnya melakukan pembelian ulang kartu telkomsel.

2. Rumusan Masalah

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

1. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pengguna kartu telkomsel?
2. Apakah kepercayaan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pengguna kartu telkomsel?
3. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pengguna kartu telkomsel.
4. Apakah loyalitas pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan, kualitas layanan pada pengguna kartu telkomsel.

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pengguna kartu telkomsel.
2. Untuk mengetahui apakah kepercayaan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pengguna kartu telkomsel.

3. Untuk mengetahui apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pengguna kartu telkomsel.
4. Untuk mengetahui apakah kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan, dan kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pengguna kartu telkomsel.

D. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Penulis
 - a. Dengan penelitian ini penulis mendapatkan pengalaman yang nyata dalam rangka mengimplementasikan pengetahuan penulis di bidang pemasaran.
 - b. Dengan penelitian ini penulis dapat memperluas pengetahuan dan wawasan mengenai manajemen pemasaran.
2. Bagi Perusahaan
 - a. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan bagi perusahaan dalam hal meningkatkan kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan sehingga mampu meningkatkan pelayanan kepada masyarakat.
 - b. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan referensi dan tolok ukur seberapa jauh tingkat pelayanan dan kualitas layanan yang dihasilkan berkaitan dengan kepuasan pelanggan dan kepercayaan pelanggan.
 - c. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan rekomendasi kepada perusahaan guna perbaikan sistem pelayanan kepada pelanggan.
3. Bagi Akademisi
 - a. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemikiran dan ilmu baru tentang besarnya pengaruh kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pengguna kartu telkomsel di lingkungan mahasiswa.
 - b. Dapat digunakan sebagai tambahan keperustakaan serta untuk meningkatkan pengetahuan pembaca tentang Pengaruh Kepuasan Pelanggan, kepercayaan pelanggan dan kualitas layanan terhadap retensi pelanggan pengguna kartu simpati pada mahasiswa prodi FEB Universitas Muhammadiyah Metro.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi acuan dan referensi bagi peneliti selanjutnya yang kaitannya dengan variabel yang sama yaitu penelitian tentang pengaruh kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada perusahaan telekomunikasi.
- b. Dapat dijadikan sumber pustaka jika nantinya peneliti selanjutnya akan mengembangkan penelitian dengan variabel yang sama pada objek atau tempat yang berbeda.

E. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, sumber atau penelitian ini merupakan data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuisioner, populasi dan sampel adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Metro Prodi FEB angkatan tahun 2018. Teknik sampling menggunakan *accidental sampling*, objek penelitiannya Pengaruh Kepuasan Pelanggan, kepercayaan pelanggan dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pengguna kartu simpati pada Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro Prodi FEB angkatan tahun 2018. Waktu penelitian dilaksanakan pada minggu ke tiga bulan februari sampai awal maret.

F. Sistematika Penulisan

Penelitian ini disusun dengan sistematika sebagai berikut:

BAB i PENDAHULUAN

Dalam bab ini menguraikan tentang latar belakang penelitian, identifikasi masalah dan perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN LITERATUR

Dalam bab ini menguraikan kajian literatur yang mendukung variabel terikat dan bebas (deskripsi teori), penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini menguraikan tentang desain penelitian, tahapan penelitian yang terdiri dari teknik sampling dan tahapan, definisi operasional variabel, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menguraikan tentang gambaran umum objek penelitian, hasil penelitian (pengujian persyaratan instrumen, pengujian persyaratan analisis, deskripsi data hasil kuesioner, pengujian hipotesis, hipotesis statistik) dan Pembahasan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini menguraikan tentang kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

Dalam daftar pustaka menguraikan tentang nama penulis, judul tulisan, penerbit, identitas penerbit, serta tahun terbit yang akan dijadikan rujukan ataupun sumber dari tulisan yang dibuat.

LAMPIRAN

Dalam lampiran terdiri dari kuesioner, hasil kuesioner, hasil uji penelitian, hasil uji hipotesis tabel T, tabel F, tabel R.