

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan pesatnya perkembangan ekonomi di negara ini, banyak muncul industri-industri serta perusahaan-perusahaan baru, salah satunya bidang teknologi komunikasi. 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.

Perkembangan kartu seluler terjadi sejak diberlakukannya undang-undang No.36/1999 mengenai telekomunikasi dan regulasi pemerintah tahun 2002 yang mengizinkan operator seluler luar negeri memasuki pasar Indonesia. Sejak saat itulah industri telekomunikasi Indonesia masuk pada babak liberalisasi telekomunikasi.

Berikut ini data pelanggan operator seluler di Indonesia pada tahun

Diantara perusahaan industri telekomunikasi bahkan ada yang mengeluarkan produk kartu prabayar lebih dari satu baik yang bergerak dalam jaringan GSM (General System Mobile) maupun CDMA (Code Division Multiple Acces), misalnya Indosat Satelindo dengan produk IM3, Mentari dan Matrix serta Telkomsel mengeluarkan produk Simpati, kartu AS, kartu HALO dan yang terbaru adalah HALO hybrid (Mahe, 2008). Beberapa perusahaan penyedia operator seluler untuk sistem prabayar GSM di Indonesia yaitu Indosat dengan merek dagang Mentari dan IM3, Telkomsel dengan merek dagang Simpati dan Kartu As, PT Excelcomindo Pratama Tbk (XL) dengan merek dagang Bebas dan Jempol serta pemain baru penyedia operator seluler, Three (3), yang merupakan produk keluaran Hutchison Charoen Pokhand Telecom, kemudian di susul PT Axxis Mobile

dengan merek dagang Axxis. Para perusahaan tersebut berlomba-lomba melakukan berbagai macam cara agar dapat memenuhi permintaan konsumen terhadap kebutuhan komunikasi terus meningkat.

Salah satu operator seluler yang ikut bersaing dipasaran yaitu Indosat dengan merek dagang IM3 (Indosat MultiMedia Mobile). IM3 diluncurkan pertama kali akhir Agustus 2001 IM3 merupakan operator seluler pertama di Indonesia yang menggunakan teknologi GSM 1800 dengan cakupan nasional. Sejak November 2003 IM3 melakukan merger dengan satelindo yang masih satu group dibawah Indosat yaitu jika di wilayah yang tiada sinyal IM3 dapat menggunakan jaringan Satelindo yang dikenal dengan *Sistem AutoSwitch ISAT-M3 & SAT C*. Dan sampai saat ini IM3 merupakan kartu prabayar yang ditujukan bagi *young heart and dynamic people* yaitu kawula muda dan orang-orang yang dinamis.

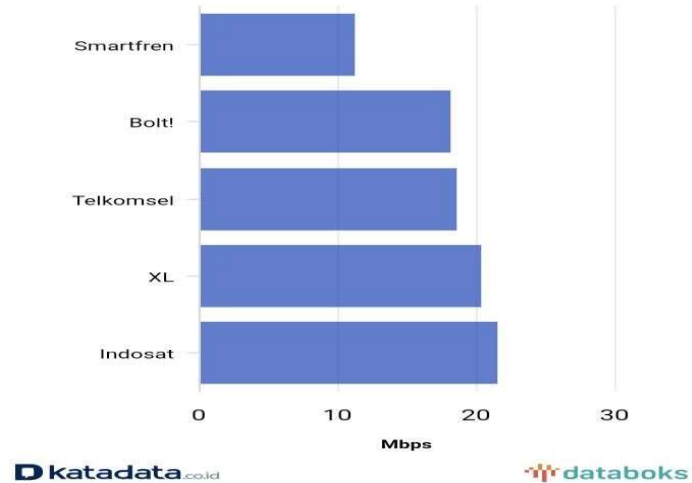
Namun sejak 2015 operator telekomunikasi Indosat kini resmi berganti nama menjadi Indosat Ooredoo. Selain nama, logo brand juga berganti. PT. Indosat bertransformasi mengganti namanya menjadi Indosat Ooredoo sebagai bagian dari transformasi perusahaan yang menyeluruh untuk menjadi pemimpin layanan digital di Indonesia.

Tabel 1.1 Jumlah Pelanggan Tiga operator selular Besar di Indonesia Kuartal III Tahun 2019

No	Operator Seluler	Jumlah (dalam Juta)
1	Telkomsel	170,9
2	Indosat	58,8
3	XL	55,5

Sumber : Kata Data

Data dari Tech In Asia menunjukkan total pelanggan tiga kartu selular terbesar di Indonesia pada kuartal III ditahun 2019 sebesar 285,2 juta pelanggan. Dari jumlah tersebut Telkomsel menduduki market share peringkat pertama sebesar 170,9 juta pelanggan, disusul Indosat sebesar 58,8 juta pelanggan, dan XL Axiata sebesar 55,5 juta.



Gambar 1.2. Kecepatan Rata-rata Akses Internet Operator Selular di Indonesia

Pada tahun 2016 Indosat Ooredoo menjadi operator dengan koneksi tercepat dengan kecepatan rata-rata akses internet mencapai 21,54 Mbps. XL Axiata dan telkomsel berada diposisi kedua dan ketiga dengan kecepatan masing-masing 20,29 dan 18,47 Mbps.

Menyadari fenomena persaingan semacam ini menuntut pihak provider operator selular untuk terus berubah serta mampu membangun citra bahwa komunikasi selular merupakan bagian dari hidup keseharian serta memberikan kemudahan berkomunikasi sehingga produk tersebut mampu mencabut perhatian pasar dan menciptakan kesan produk yang baik dan melekat pada konsumen sasaran agar konsumen tertarik dan loyal terhadap produk tersebut.

Loyalitas konsumen merupakan aset penting dalam keberlangsungan perusahaan dalam mencapai suatu tujuan perusahaan. Konsumen yang loyal dapat melakukan pembelian ulang dan menggunakan produk operator Indosat secara berkala

Penelitian ini dilakukan pada Karyawan PT. Transportasi Jakarta karena PT. Transportasi Jakarta merupakan salah satu perusahaan yang memiliki karyawan terbesar yaitu sebanyak 14.000 yang terdiri dari beberapa bagian yaitu : Karyawan lapangan seperti, pramudi, PLB, PLH, Responden yang diambil adalah karyawan

lapangan yang menggunakan Operator Indosat karena operator seluler yg baik dapat mendukung produktivitas pekerjaan.

Hasil penelitian terhadap loyalitas telah banyak dilakukan. Melalui riset ini akan dianalisis mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan Indosat Ooredoo. Menurut (Vanessa Gaffar, 2007) loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh lima faktor yaitu : **1. Satisfaction (kepuasan)** Kepuasan pelanggan merupakan perbandingan antara harapan sebelum melakukan pembelian dengan kinerja yang dirasakan. **2. Emotional bonding (ikatan emosi)** Ikatan yang tercipta dari sebuah merek ialah ketika konsumen merasakan ikatan yang kuat dengan konsumen lain yg menggunakan produk atau jasa yang sama. **3. Trust (kepercayaan)** Kemauan seseorang untuk mempercayakan perusahaan atau sebuah merek untuk melakukan atau menjalankan sebuah fungsi. **4. Choice reduction and habit (Kemudahan)** Jika konsumen akan merasa nyaman dengan sebuah merek ketika situasi mereka melakukan transaksi memberikan kemudahan. **5. History with the company (pengalaman dengan perusahaan)** Sebuah pengalaman seseorang pada perusahaan dapat membentuk perilaku. Ketika kita mendapatkan pelayanan yang baik dari perusahaan, maka kita akan mengulangi perilaku kita pada perusahaan tersebut.

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang sesuai dengan penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Indosat Ooredoo ?
2. Apakah ada pengaruh ikatan emosional terhadap loyalitas pelanggan Indosat Ooredoo ?
3. Apakah ada pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Indosat Ooredoo ?
4. Apakah ada pengaruh kemudahan terhadap loyalitas pelanggan Indosat Ooredoo?
5. Apakah ada pengaruh pengalaman terhadap loyalitas pelanggan Indosat ooredoo?

6. Apakah kepuasan pelanggan, ikatan emosional, kepercayaan pelanggan, kemudahan penggunaan, dan pengalaman pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan tentunya memiliki tujuan-tujuan tertentu. Adapun yang menjadi tujuan dilakukannya penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Indosat Ooredoo
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh ikatan emosional terhadap loyalitas pelanggan Indosat Ooredoo
3. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Indosat Ooredoo
4. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh Kemudahan terhadap loyalitas pelanggan Indosat Ooredoo
5. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh pengalaman pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Indosat Ooredoo
6. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kepuasan pelanggan, ikatan emosional, kepercayaan, kemudahan dan pengalaman secara simultan terhadap loyalitas merek

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Sebagai program tindak lanjut untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan terhadap sebuah perusahaan. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberika informasi kepada perusahaan sebagai sumbangan pemikiran dan sebagai bahan pertimbangan dalam

mengatasi permasalahan yang berhubungan dengan kepuasan konsumen, ikatan emosional, kepercayaan konsumen, kemudahan, dan pengalaman.

2. Bagi Penulis

Penelitian ini menjadi pengalaman dalam menganalisa suatu masalah sekaligus menambah keterampilan dalam memecahkan sesuai dengan teori yang telah diperoleh selama mengikuti kuliah.

3. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan input dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya yang ada hubungannya dengan kepuasan pelanggan, ikatan emosional, kepercayaan pelanggan, kemudahan dan pengalaman pelanggan dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan produk jaringan selular.