

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Di awal tahun 2020 di bulan Maret, dunia dihebohkan dengan virus baru yang pertama kali muncul di kota Wuhan, China. Keberadaan virus baru ini tentunya sangat berpengaruh di banyak bidang kehidupan, baik itu dunia pendidikan, dunia politik, dunia ekonomi, dan dunia bisnis. Dalam dunia bisnis, merebaknya pandemi Covid-19 berdampak besar. Dalam hal ini ada perusahaan yang mengalami dampak positif dan negatif, baik di perusahaan negara maupun swasta. Sebagian besar perusahaan yang dapat bersaing dan mendapat manfaat dari pandemi ini adalah industri yang didedikasikan untuk kesehatan, makanan, e-commerce, dan teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Ini merupakan peluang bagi sektor industri teknologi informasi dan komunikasi (TIK) seperti PT. Telkom Indonesia (Persero) Tbk dapat memanfaatkan momentum ini.

Menurut perusahaan telekomunikasi negara, PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) berusaha untuk tetap berada di atas pada saat pandemi. Transmisi ini juga memberikan ruang untuk akselerasi digital, yang mengharuskan perusahaan untuk mempercepat perubahan ini. Memang Telkom telah memanfaatkan momen tersebut, tidak hanya untuk terus memberikan kinerja terbaik tetapi juga berinovasi melalui produk dan layanan digital dalam menjawab tantangan tersebut. kebutuhan yang berbeda dari orang-orang yang mengalami perubahan yang sama.

Meluasnya virus covid 19 telah mengubah gaya hidup masyarakat dan permintaan akan angka di Indonesia, misalnya, untuk menekan penyebaran penyakit, pemerintah menerapkan kebijakan pembatasan massa (PSBB) untuk memastikan pendidikan dan pekerjaan diselesaikan di rumah. Keadaan ini menyebabkan terjadinya perubahan kebutuhan manusia, di antaranya internet merupakan tuntutan yang sangat penting. Seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat saat ini, masyarakat membutuhkan akses informasi yang beragam,

mudah, cepat dan terpercaya. Kebutuhan akan internet yang semakin meningkat tentunya berimbas pada perekonomian di berbagai negara, termasuk Indonesia. Beberapa operator telekomunikasi berlomba-lomba menawarkan produk layanan online dengan beberapa keunggulan sesuai kebutuhan masing-masing pelanggan. Oleh karena itu, pelanggan harus memikirkan keputusan untuk membeli layanan online yang digunakan.

Salah satu perusahaan yang mengikuti perkembangan ini adalah PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk atau lebih dikenal dengan Telkom. Telkom adalah perusahaan besar dengan satu-satunya perusahaan teknologi. Telkom merupakan perusahaan pertama di Indonesia yang fokus pada dua perkembangan teknologi, yaitu teknologi informasi dan komunikasi dari masa penjajahan Belanda hingga saat ini PT. Telkom Indonesia (Tbk), Tidak diragukan lagi Anda akan melihat kebutuhan telekomunikasi masyarakat di seluruh Indonesia.

Telkom memiliki produk online pertama bernama Speedy, yang kini telah berganti nama menjadi Indihome. Indihome adalah layanan pengelompokan Triple Game. Salah satu perbedaan speedy dan indihome adalah Speedy menggunakan kabel tembaga, sedangkan Indihome menggunakan kabel optik, sehingga memiliki kecepatan hingga 100 Mbps dan aman dari masalah iklim.

Memiliki beberapa keunggulan kompetitif dan juga strategi yang dipersiapkan dengan matang menjadikan Indihome aman untuk bersaing dan akan menjadi pilihan masyarakat sebagai layanan broadband. Dari beberapa perusahaan fixed broadband, Indihome tetap menjadi pilihan terbesar di antara para pesaing. Hal ini tentunya disebabkan oleh kepercayaan konsumen terhadap produk indihome. Banyak perusahaan bersaing untuk mendapatkan teknologi dan alat untuk mengakses Internet dan jejaring sosial lainnya. Untuk mempertahankan posisinya, perusahaan harus mampu menemukan inovasi-inovasi baru. Sebagai strategi kreatif. Salah satunya adalah bidang promosi produk, karena promosi produk merupakan salah satu upaya kesempurnaan produk. Kemampuan setiap perusahaan untuk memiliki strategi pemasaran yang dapat meningkatkan jumlah penjualan produk dan manfaat dari produk yang akan dijual kepada perusahaan.

Pada triwulan II tahun 2020, jumlah pengguna internet di Indonesia akan mencapai 196,7 juta atau 73,7% dari total penduduk. Dibandingkan dengan tahun

lalu, jumlah ini meningkat sekitar 25,5 juta pengguna. Menurut Jamalul Izza, Presiden Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pertumbuhan tersebut disebabkan semakin meratanya infrastruktur Internet berkecepatan tinggi dan transformasi digital skala besar akibat pandemi Covid-19 sejak Maret 2020. Terkait hasil survei pengguna Internet Indonesia triwulan II 2019-2020 yang dirilis APJII, Jamal mengatakan dibandingkan dengan hasil survei perilaku pengguna Internet tahun 2019, jumlah pengguna Internet pada triwulan II meningkat signifikan Pada tahun 2018.

Namun, penyumbang utama pertumbuhan jumlah pengguna internet tersebut adalah pengguna pulau Jawa yang mencapai 56,4 persen. Pengguna internet terbesar kedua berasal dari pulau Sumatera dengan 22,1 persen. Disusul pulau Sulawesi (7%), Kalimantan (6,3%), Bali-Nusa Tenggara (5,2%) dan Maluku-Papua (3%). Beberapa ibu kota provinsi tersebut antara lain; DKI Jakarta 85%; Bandung 82,5 persen; dan Surabaya, 83%. Bahkan Serang Bantenis menembus 100% dari penetrasi. “Ini data baru, tahun ini kita buat akses internet di ibu kota provinsi untuk mendukung 14 penyelenggara APJII di Indonesia,” kata Jamal. (Wijaya, 2020)

Loyalitas pelanggan ketika menggunakan produk dan jasa yang digunakan, pelanggan yang loyal akan loyal terhadap merek serta produk dan jasa yang digunakan. Loyalitas pelanggan akan berdampak pada peningkatan keuntungan perusahaan. Umumnya loyalitas pelanggan merupakan suatu bentuk konsumen yang loyal untuk menggunakan suatu produk atau jasa secara terus-menerus, karena sangat puas dengan produk atau jasa yang digunakan, akan cenderung memberikan perasaan merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain. orang lain sehingga mereka mengalami kepuasan yang dialami menggunakan produk atau jasa yang digunakan. (lintas media danawa, 2020)

Terdapat banyak masalah yang terus bermunculan bagi pelanggan indihome diantaranya masalah internet yang tiba-tiba down ketika sedang digunakan, sering terjadinya gangguan yang membuat para pelanggan merasa tidak puas atas pelayanan yang diberikan oleh indihome. Tetapi dimasa seperti sekarang ini internetlah yang sangat dibutuhkan dan ternyata di lingkungan yang peneliti pilih ada beberapa jaringan internet lain yang belum masuk jaringannya ke beberapa titik

di RW 09 jl kebon kelapa utan kayu selatan ini, inilah momentum indihome memanfaatkan sebaik-baiknya untuk meningkatkan kualitas supaya konsumennya merasa puas dan tetap loyal menggunakan produk indihome.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka dapat diidentifikasi beberapa hal sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan ?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ?
3. Apakah media promosi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan ?
4. Apakah media promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ?
5. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
6. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen?
7. Apakah media promosi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen
3. Untuk mengetahui pengaruh media promosi terhadap loyalitas pelanggan
4. Untuk mengetahui pengaruh media promosi terhadap kepuasan konsumen.
5. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan.
6. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen.
7. Untuk mengetahui pengaruh media promosi terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini dapat menambah wawasan dan pemahaman peneliti tentang industri Teknologi informasi dan komunikasi (TIK) yang berpengaruh terhadap loyalitas dan kepuasan pelanggan dalam menggunakan internet indihome.

2. Bagi perusahaan (Indihome)

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan bagi perusahaan dalam mempertimbangkan pengambilan kebijakan finansial guna meningkatkan kinerja perusahaan.

3. Bagi pengembangan ilmu pengetahuan

Hasil penelitian ini dapat memberikan tambahan informasi bagi peneliti-peneliti selanjutnya yang ingin lebih lanjut melakukan penelitian dengan topik yang sama dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai salah satu rujukan dengan menambah beberapa variabel yang lebih relevan.