

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, konsep pemasaran modern pun mengalami perkembangan dengan menempatkan konsumen sebagai perhatian utama. Produsen berlomba-lomba untuk sebisa mungkin dapat bersaing dengan kompetitor, hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya perusahaan yang menghasilkan produk dengan jenis dan kegunaan yang sama akan tetapi berbeda harga, fitur produk, dan layanan. Konsumen pun bersikap lebih selektif dan kritis dalam memilih produk yang akan dibeli. Konsumen tidak lagi membeli produk sekedar berdasarkan pertimbangan wujud fisik saja, namun juga termasuk segala aspek pelayanan yang melekat pada produk, mulai dari tahap pembelian sampai pada tahap pasca pembelian.

Kompetisi bisnis telekomunikasi operator seluler di Indonesia tampak semakin intens sebagai akibat dari ekspansi yang dilaksanakan oleh pemain operator telepon seluler lama seperti Telkomsel, Indosat dan Excelcomindo. Persaingan kualitas produk begitu sengit, menuntut para pemasar untuk dapat menyediakan produk-produk yang berkualitas serta dapat mengembangkan suatu produk yang bermanfaat dan inovatif sesuai dengan harapan konsumen dan kebutuhan pasar, sehingga kepuasan setelah mengkonsumsi dapat diperoleh dan akan membuat konsumen melakukan pembelian di masa yang akan datang atau pembelian berulang pada produk yang sama.

Penelitian Sembiring (2014) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan McDonald's MT.Haryono Malang membuktikan Kualitas Produk berpengaruh tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Akan tetapi penelitian Japariato (2013) dengan judul Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Restoran Por Kee Surabaya, hasil penelitian membuktikan bahwa 1) Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di restoran Por Kee Surabaya, 2) Kualitas Produk berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan di restoran Por Kee Surabaya. Dan 3) Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan di restoran Por Kee Surabaya

Pada 2016, PT Telkomsel memimpin industri seluler dalam negeri dengan jumlah pelanggan mencapai 157,4 juta. Angka jauh di atas para pesaingnya. Indosat di tempat kedua dengan pelanggan mencapai 85 juta. Sementara 3 dan XL berada di posisi ketiga dan keempat dengan masing masing 56,5 juta dan 44 juta pelanggan. (<http://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/05/03/siapa-operator-seluler-yang-mempunyai-pelanggan-terbanyak>)

Saat ini, persaingan ketat dalam merebut pelanggan lebih fokus pada layanan data internet. Hal ini mengharuskan para operator meningkatkan kualitas, baik dari sisi jaringan, kecepatan, hingga tarif yang paling sesuai. Salah satu perusahaan provider dengan tingkat kompetisi yang sangat ketat

dan mendominasi di Indonesia yaitu Indosat dengan produk IM3, Telkomsel dengan produk Simpati, dan Excelindo dengan produk XL. Persaingan dari masing-masing operator seluler sangatlah gencar dan membuat para konsumen bingung dalam memilih produk. Persaingan kualitas produk dan harga begitu sengit, menuntut para pemasar untuk dapat menyediakan produk-produk yang berkualitas dan harga yang terjangkau oleh konsumen serta dapat mengembangkan suatu produk yang bermanfaat dan inovatif sesuai dengan harapan konsumen, sehingga kepuasan setelah mengkonsumsi dapat diperoleh dan akan membuat konsumen melakukan pembelian di masa yang akan datang atau pembelian berulang pada produk yang sama. Menurut Kotler dan Armstrong (2012:22) menyatakan bahwa sesuai dengan konsep produk, konsumen akan menyukai produk yang menawarkan mutu terbaik, kinerja terbaik, dan sifat terbaik dan bahwa organisasi harus mencurahkan tenaganya untuk melakukan perbaikan produk secara terus menerus. Perusahaan yang mampu memuaskan pelanggan dan memiliki konsumen yang setia cenderung mampu bertahan dalam kondisi perekonomian saat ini. (Schiffman & Kanuk (2008)

PT. Indosat salah satu provider terbesar di Indonesia dan memiliki jaringan luas di Indonesia tentunya juga harus meningkatkan loyalitas para pelanggannya. Usaha tersebut harus dilakukan untuk mengantisipasi agar para pelanggannya tidak beralih ke provider lain. Produk Indosat IM3 sebagai produk kartu prabayar yang paling baik. Produk Indosat IM3 memberikan layanan yang berkualitas, yang meliputi kualitas produk dan pelayanan.

Kualitas produk dan layanan yang ditawarkan dari kartu prabayar Indosat IM3 selain sinyal yang bagus adalah dengan memberikan fitur dan layanan yang tersedia di dalam kartu yaitu mulai dari SMS, I-ring, Transfer pulsa, IM3-access, GPRS, MMS, IM3 Ce Esan, Slir, Conference Call dan lain-lain.

Indosat IM3 juga berhasil menjadi *trend setter* anak muda, mulai dari layanan data yang sangat akrab bagi mereka yaitu SMS hingga pengembangan ke budaya *online*, yang dihadirkan Indosat melalui program-program inovatif mulai dari voucher IM3 SMS khusus buat penggemar SMS, hingga program *online* untuk mengakomodasi kebiasaan mereka *chatting*.

Menurut Suwarni (2011) Kemampuan produk ini untuk memberikan layanan yang terbaik pada pemakainya akan menguatkan kedudukan atau posisi produk dalam benak konsumen, sehingga memungkinkan konsumen menjadikan pilihan pertama bilamana akan terjadi pembelian diwaktu yang akan datang.

Berikut ini pertumbuhan pendapatan PT. Indosat dengan produk IM3 Oredoo

Tabel 1.1
Pertumbuhan Pelanggan PT. Indosat

Tahun	Pelanggan	Pertumbuhan
2014	62,4 juta	-
2015	69,0 juta	10,5%
2016	81,6 juta	18,3%

Sumber : www.tribunnews.com, 2017

Berdasarkan **Tabel 1.1** menunjukkan jumlah pelanggan Indosat pada tahun 2014 mencapai 62,4 juta pelanggan, tahun 2015 meningkat menjadi 69,0 juta pelanggan meningkat sebesar 10,5% dan tahun 2016 jumlah pelanggan mencapai 81,6 juta atau meningkat sebesar 18,3%. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan Indosat selama tiga tahun mengalami pertumbuhan jumlah pelanggan

Peningkatan pelanggan Indosat di kabupaten Jombang ditandai meningkatnya pembangunan *Base Transceiver Station* (BTS) atau perangkat yang menghubungkan perangkat pengguna dengan jaringan bergerak seluler.

Saat ini menurut data dari berbagai sumber di kabupaten Jombang, BTS eksisting adalah sebagai berikut :

Tabel 1. 2
Data BTS Eksisting per Operator Telekomunikasi di Kabupaten Jombang.

No.	Operator Telekomunikasi	Nama Singkat	Jumlah BTS
1	PT. Telekomunikasi Selular	Tsel	39
2	PT. Indonesia Satelit Corporation	Isat	55
3	PT. XL Axiata Axiata	XL	24
4	PT. Hutchinson C.P. Telecommunication	HCPT	44
5	PT. Mobile-8 Telecom	Mob-8	6
6	PT. Bakrie Telecom	Esia	6
7	PT. Natrindo Telepon Selular	NTS	19
8	PT. Smart Telecom	Smart	8
9	PT. Sampoerna Telekomunikasi Indonesia	STI	2

Lanjutan Tabel 1.2.....

No.	Operator Telekomunikasi	Nama Singkat	Jumlah BTS
10	PT. Telekomunikasi Indonesia	Flexi	45
	Total BTS Eksisting		248

Sumber : Badan Pelayanan Perizinan Kab. Jombang (2017)

Jumlah BTS di Kabupaten Jombang sebanyak 248 BTS dari sepuluh operator telekomunikasi, yaitu : Telkomsel, Indosat, XL Axiata, Mobile-8, HCPT, STI, NTS, Smart, Esia. Jumlah BTS terbanyak didominasi PT. Indonesia Satellit Corporation. Berdasarkan data tersebut menunjukkan semakin meningkatnya pengguna Handphone di kota Jombang terutama provider Indosat sebagai provider terbesar.

Berdasarkan fenomena tersebut, PT. Indosat berusaha mendapatkan konsumen yang loyal dengan memuaskan kebutuhan konsumen secara konsisten dari waktu ke waktu. Perusahaan yang telah mampu memuaskan konsumen dan memiliki konsumen yang setia cenderung mampu bertahan dalam perubahan kondisi ekonomi. Kepuasan konsumen adalah kondisi dimana harapan konsumen mampu dipenuhi oleh produk (Kotler & Armstrong, 2012).

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas barang atau jasa yang dikehendaki pelanggan sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan pada saat ini khususnya dijadikan sebagai tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen yang menggunakan jasa provider Indosat, dapat diketahui dari jumlah kompalin pelanggan. Berikut ini disajikan tabel 1.3 yang

menunjukkan data jumlah komplain pelanggan yang menggunakan jasa provider Indosat dari Gerai Indosat Jombang dalam 1 tahun terakhir, mulai Mei 2016 – Mei 2017, adalah sebagai berikut :

Tabel 1.3
Jumlah Komplain Pengguna Jasa Provider Indosat Di Gerai Indosat Jombang
Periode Mei 2016 – Mei 2017

Periode	Jumlah Komplain (Orang)	Jenis Komplai
Mei-16	18	1. Signal tidak terdeteksi 2. Koneksi lambat 3. 3Sering putus 4. Signal tidak merata 5. Pengisian lewat ATM sering tidak berhasil
Jun-16	17	
Jul-16	15	
Aug-16	13	
Sep-16	12	
Okt-16	12	
Nop-16	12	
Des-16	12	
Jan-17	11	
Feb-17	11	
Mar-17	10	
Apr-17	10	
Mei-17	8	

Sumber: Gerai Indosat Jombang, Tahun 2017

Berdasarkan tabel 1.3, dapat diketahui bahwa selama 1 tahun terakhir dari bulan Mei 2016 – Mei 2017 telah terjadi kecenderungan penurunan jumlah komplain pengguna jasa provider Indosat di Jombang. (Sumber: Gerai Indosat Jombang, Tahun 2017). Hal ini menunjukkan kepuasan palanggan mengalami peningkatan.

Melihat hal tersebut memaksa perusahaan agar bisa memenuhi kebutuhan pelanggan dengan menciptakan kepuasan pelanggan. Karena konsumen tidak akan berhenti pada proses konsumsi saja, melainkan

konsumen akan melakukan proses evaluasi terhadap konsumsi yang telah dilakukannya. Hasil dari proses evaluasi pascakonsumsi adalah kepuasan atau ketidakpuasan terhadap konsumsi produk yang telah dilakukannya. Setelah mengkonsumsi suatu produk atau jasa, konsumen akan memiliki perasaan puas atau tidak puas terhadap produk atau jasa yang dikonsumsi (Sangadji dan Sopiah 2013:190), dari sinilah tingkat kepuasan pelanggan tercipta. Melihat keadaan ini, menimbulkan pertanyaan bagi perusahaan yaitu, bagaimana pelanggan dapat memperoleh kepuasan atas kualitas produk yang di jual oleh perusahaan tersebut.

PT Indosat sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang Telekomunikasi, PT Indosat menyadari pentingnya dalam menjaga kualitas produk sesuai dengan keinginan konsumen agar konsumen menjadi loyal. Loyalitas pelanggan memiliki hubungan kausal dengan kualitas produk. Terjadinya loyalitas pada konsumen disebabkan adanya pengaruh kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan terhadap produk tersebut yang terakumulasi secara terus-menerus. Kualitas produk dapat digunakan untuk mengembangkan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan latar belakang, maka penelitian ini mengambil judul “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan konsumen Indosat Jombang”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diungkapkan di atas maka rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh signifikan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Indosat Jombang?
2. Apakah terdapat pengaruh signifikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Indosat Jombang?
3. Apakah terdapat pengaruh signifikan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan Indosat Jombang?
4. Apakah terdapat pengaruh signifikan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui mediasi kepuasan konsumen Indosat Jombang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan diatas, maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Indosat Jombang
2. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Indosat Jombang.
3. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan Indosat Jombang
4. Untuk mengetahui dan menjelaskan kepuasan konsumen menjadi mediasi pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Indosat Jombang

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Akademis

Dapat menambah pengetahuan juga merupakan syarat guna memperoleh

gelar sarjana di STIE PGRI Dewantara Jombang

2. Manfaat bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan yang berhubungan dengan Manajemen pemasaran.