

BAB I

PENDAHULUAN

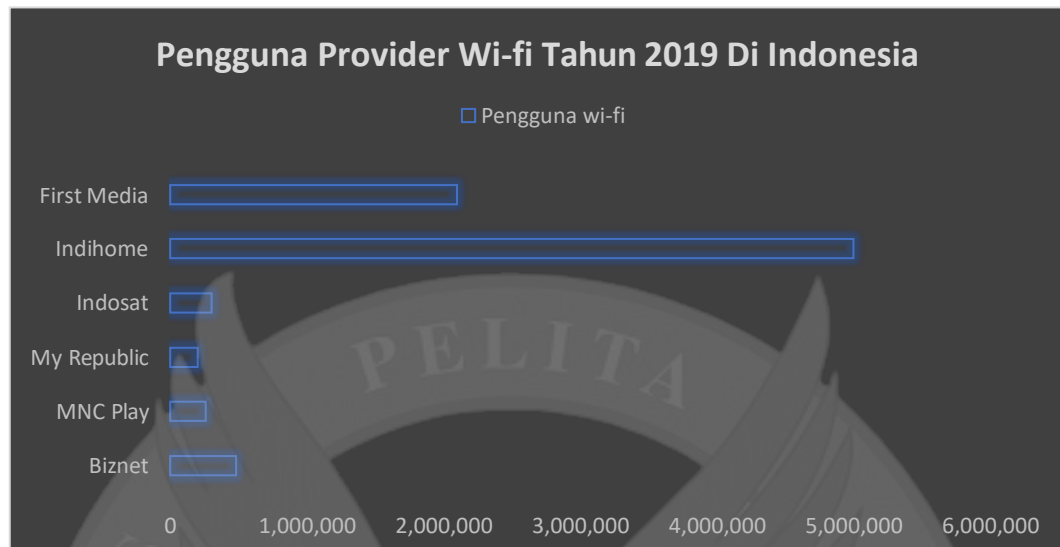
1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini, banyak yang sudah mengarah pada digitalisasi. Begitu pula yang terjadi di Indonesia, dimana perkembangan pada teknologi komunikasi berkembang dengan pesat. Dalam kehidupan ini banyaknya masyarakat yang menggunakan teknologi telekomunikasi karena sangat efektif dan efisien dalam melakukan sesuatu hal. Di samping itu, perkembangan dalam teknologi telekomunikasi tentunya meningkat karena adanya internet. Dengan adanya internet sekarang banyak masyarakat menjadi lebih mudah dalam berkomunikasi dengan orang yang berada diluar daerah. Sebelum adanya kita tidak bisa untuk berkomunikasi dengan keterbatasan jarak yang sangat jauh, sekarang jadi memungkinkan untuk kita melakukan komunikasi dengan orang yang berada dengan orang lain yang jarak nya jauh sekalipun contohnya seperti *chatting*, pesan lewat email, dan lain-lain (Talika, 2016).

Kemajuan Internet yang sangat berkembang dalam dunia teknologi komunikasi yang menuntut pemikiran dari pelaku bisnis untuk memanfaatkannya dengan menggunakan teknologi tersebut. Penggunaan internet di dalam dunia bisnis sangat diuntungkan karena internet bersifat *intangible* (tak berwujud) (Fitzsimmons & Fitzsimmons, 2014), dimana kita dapat memanfaatkannya sebagai dasar dari usaha bisnis yang akan menghemat biaya yang tidak perlu dikeluarkan jika tidak ada internet. Terdapat keuntungan yang banyak dengan adanya internet seperti

melakukan transaksi jual beli yang lebih mudah menggunakan internet, melakukan komunikasi dengan mudah melalui internet untuk mendekatkan orang yang jauh.

Pada penelitian kali ini akan membahas mengenai provider atau operator *wi-fi* yang digunakan oleh masyarakat Indonesia, dimana sekarang banyak sekali dari masyarakat Indonesia tidak asing lagi dengan *wi-fi* karena itu sudah menjadi kebutuhan sehari-hari mereka layaknya memiliki gadget pada masa ini. Dari banyaknya perusahaan provider atau operator pasti memberikan keunggulan tersendiri atau fasilitas tambahan yang menarik untuk menambah kepuasan dan menarik pelanggan agar dapat menambahkan loyalitas perusahaan agar pelanggan dapat menggunakan perusahaan provider atau operator untuk jangka panjang, yang biasanya perusahaan provider atau operator memberikan layanan seperti TV Kabel, *Router Wi-fi*, Sambungan Telefon, dan layanan-layanan tambahan untuk memenuhi kebutuhan dari pelanggan. Maka dari itu seiring dengan kemajuan teknologi yang sangat pesat di dunia kebutuhan akan orang untuk mendapatkan informasi maupun transaksi melalui sinyal selama 24 jam ini menjadi faktor pendorong bagi berkembangnya teknologi (Khristianto, 2011).



Gambar 1.1 Statistik Pengguna Provider Wi-fi Tahun 2019 Di Indonesia

Sumber: (Sandi, 2019)

Seperti data diatas yang menunjukkan bahwa PT Indihome memiliki pengguna terbanyak di Indonesia sebesar lima juta pengguna, dimana dari data tersebut menunjukkan bahwa Indihome memiliki keunggulan tersendiri dalam memberikan layanan bagi para pelanggannya (Sandi, 2019), sehingga Indihome dapat memiliki data pengguna yang lebih besar daripada para pesaingnya. Ini juga menunjukkan bahwa Indihome bisa memenangkan pasar persaingan pada sektor perusahaan yang sama dengan Indihome. Ini merupakan keunggulan yang lebih bagi perusahaan Indihome, karena layanan dan fasilitas yang diberikan memiliki kesamaan atau identik dengan perusahaan para pesaingnya, sehingga ini membuktikan bahwa para pelanggan memberikan kepercayaan atau loyalitas yang tinggi kepada perusahaan Indihome.

Loyalitas yang diberikan oleh pengguna Indihome kepada perusahaan Indihome tentunya dapat meningkatkan pemasukan atau pendapatan yang dihasilkan oleh

Perusahaan Indihome sendiri, dengan itu maka ini menjadikan perhatian khusus bagi perusahaan-perusahaan provider atau operator. Loyalitas tidak langsung didapatkan begitu saja oleh perusahaan tetapi banyak upaya-upaya yang harus diberikan kepada pelanggan agar pelanggan tersebut menjadi loyal terhadap perusahaan, diantaranya adalah kualitas layanan yang baik sehingga pengguna atau pelanggan lebih nyaman ketika mempunyai keluhan mengenai produk yang dipakai. Kualitas tersebut yang nantinya akan memberikan suatu kepuasan terhadap pelanggan atau pengguna, sehingga kepuasan tersebut yang akan memberikan loyalitas. Kualitas yang diberikan oleh perusahaan Indihome berupa layanan *customer service* yang akan menangani masalah tentang keluhan yang dirasakan atau didapatkan dari pengguna ketika menggunakan layanan dari perusahaan Indihome.

Kecepatan internet yang menjadi produk utama yang ditawarkan kepada pengguna atau pelanggan juga menjadikan kualitas layanan dari perusahaan Indihome, dimana kecepatan internet tersebut yang akan digunakan bisa diukur dari kecepatannya baik atau buruk, kualitas internet yang baik itu adalah internet yang stabil dan sesuai dengan kecepatan yang sesuai dengan pengguna yang berlangganan pada perusahaan Indihome. Lain hal nya dengan *TV Cable* dan sambungan telepon, jika pengguna atau pelanggan berlangganan *wi-fi* dengan perusahaan Indihome maka *TV cable* dan sambungan telepon termasuk dalam pemasangan internet yang dapat kita gunakan sebagai pelengkap dari paket yang sudah ada.

Tabel 1.1 Harga Perusahaan Provider Wi-fi di Indonesia 2020

No	Perusahaan Provider Wi-fi	Harga dalam bentuk Rupiah
1	First Media	361.000 ~ 2.185.000
2	Indihome	515.000 ~ 2.990.000
3	Indosat	280.000 ~ 999.000
4	My Republic	369.000 ~ 519.000
5	MNC Play	290.500 ~ 1.020.500
6	BizNet	450.000 ~ 725.000

Sumber: (Firstmedia, n.d.), (Indihome, n.d.), (GIG, n.d.), (Myrepublic, n.d.), (MNCPlay, n.d.), (Biznet, n.d.)

Dari data di atas, Indihome memiliki harga yang paling mahal diantara kompetitor-kompetitor lainnya yang menyediakan layanan yang sama berupa internet, *tv cable*, dan layanan-layanan yang merupakan keunggulan dari masing-masing perusahaan. Dari harga tersebut Indihome sebenarnya sulit untuk menarik perhatian dari para pelanggan karena harga atau biaya yang dikeluarkan oleh pelanggan tidaklah sedikit, namun banyak pelanggan yang masih menggunakan Indihome sebagai alternatif, mereka mendapatkan layanan internet dalam *wi-fi*. Berarti pelanggan Indihome memiliki pandangan bahwa harga bukanlah masalah yang besar, jika memiliki fasilitas dan kualitas yang lebih maka pelanggan mempercayakan untuk berlangganan kepada perusahaan Indihome.

Teknologi di jaman sekarang sangat berkembang dibutuhkan untuk perantara dari apa yang ditawarkan oleh perusahaan seperti internet, *TV cable*, sambungan telepon, dan layanan-layanan lain yang ditawarkan dari perusahaan tersebut (Rasyid, 2017). Untuk layanan yang ditawarkan oleh Indihome juga memiliki

banyak pelayanan seperti *Triple Play*, dimana pada layanan ini *Triple Play* menawarkan hal yang baru dimana di dalam *Triple Play* itu memiliki teknologi ADSL (*Asymmetric Digital Subscriber Line*), MSAN (*Multi Services Access Node*) dan GPON (*Gigabyte-Passive Optical Network*) yang memiliki kelebihan masing-masing dalam penggunaannya. Kelebihan-kelebihan tersebut berupa internet yang diberikan Indihome berupa kabel optic fiber yang memiliki kualitas internet yang sangat baik, dimana kabel tersebut sudah tidak memakai teknologi *wireless* pada jaringan internet.

Selain itu Indihome juga menawarkan sambungan telepon yang kualitas suaranya lebih jernih dan memiliki biaya yang rendah agar pengguna tidak memikirkan biaya saat melakukan panggilan dengan orang lain. *Usee TV* yang merupakan produk *TV Cable* dari Indihome juga memiliki keunggulan-keunggulan dalam operasionalnya, contohnya seperti saat kita menggunakan *Usee TV* tersebut, kita dapat memutar ulang (*Video On Demand*) film atau siaran yang kita lihat, dan juga pemutaran ulang dalam *Usee TV* tersebut dapat diputar kembali hingga 7 hari batas dari *Video On Demand* tersebut (Armanto, 2018).

Tabel 1.2 Keluhan Pelanggan Indihome

No	Keluhan	Tahun	Sumber
1	Banyaknya pelanggan Indihome yang masih mengeluhkan mengenai pemutusan layanan atau berhenti dari provider <i>Wi-fi</i> Indihome karena prosesnya yang tidak efisien dan susah.	2020	(Pertiwi, 2020)
2	Perjanjian pelanggan Indihome untuk melakukan instalasi tidak ditepati.	2020	(Herry, 2020)

3	Deposit uang yang telah diberikan kepada Indihome tidak dikembalikan kepada pelanggan Indihome hingga 14 hari.	2020	(Andi, 2020)
4	Banyaknya pelanggan Indihome yang masih mengeluhkan mengenai kualitas internet yang sering lambat.	2020	(Panji, 2020)

Sumber: detik.com; kompas.com; cnnindonesia.com

Dari table 1.2 diatas menyatakan bahwa masih banyak pelanggan atau pengguna Indihome yang masih mengeluhkan mengenai berbagai macam hal yang mereka alami, dimana kualitas layanan yang diberikan Indihome kepada pelanggan atau pengguna Indihome masih belum maksimal dalam hal pelayanan.

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti mengapa para pelanggan dari Indihome yang masih merasa bahwa pelayanan yang diberikan oleh Indihome kurang, namun masih ingin bertahan menggunakan Indihome sebagai *provider Wi-fi*. Yang dimana seharusnya untuk kualitas layanan yang kurang baik seharusnya para pelanggan bisa mencari *provider Wi-fi* lainnya yang lebih baik untuk para pelanggan.

Selain itu pemanfaatan teknologi berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Rasyid, 2017). Dimana teknologi dapat membantu kita dalam melakukan kegiatan yang diinginkan, sehingga pemanfaatan teknologi tersebut menjadi sangat efektif dan efisien untuk para pelanggan. (Hermawan, 2015) di dalam jurnalnya mengatakan bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan pada loyalitas pelanggan, dimana jika pelayanan yang diberikan melebihi ekspektasi pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas lalu menjadi loyal terhadap layanan atau jasa tersebut.

Penelitian yang dilakukan berdasarkan dari adanya gap yang terjadi dalam penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Aryani & Rosinta, 2010), (Widjoyo et al, 2014), (Haryanto, 2013). Sehingga jika kualitas layanan yang diberikan maksimal atau baik maka pelanggan atau pengguna akan merasa puas terhadap layanan yang diberikan.

Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh (Tauhid, 2018) menganalisa bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh secara signifikan pada kepuasan pelanggan karena kualitas yang diberikan kepada pelanggan tidak baik atau buruk sehingga pelanggan merasa tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan. (Hidayat, 2009) di dalam jurnalnya mengatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh negatif dan non signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Penelitian ini mereplikasi penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Harun Al Rasyid tahun 2017 yang membahas tentang pengaruh kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Hasil studi tersebut menyatakan bahwa kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi berpengaruh positif pada kepuasan pelanggan, sehingga kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi dapat diperhatikan kembali karena jika kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi dapat tersampaikan atau digunakan dengan baik oleh pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan. Selain itu kepuasan pelanggan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas, dimana jika pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan,

maka pelanggan juga akan loyal pada layanan atau merk yang diberikan oleh suatu perusahaan.

Penelitian ini akan meneliti tentang pengaruh kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi terhadap kepuasan dan loyalitas pada pelanggan Indihome di Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dijelaskan, permasalahan yang akan diteliti pada penelitian ini adalah bagaimana: Kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi terhadap kepuasan dan loyalitas pengguna Indihome di Indonesia Maka dari itu masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Indihome?
2. Bagaimana pengaruh pemanfaatan teknologi terhadap kepuasan pelanggan Indihome?
3. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Indihome?
4. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan Indihome?
5. Bagaimana pengaruh pemanfaatan teknologi terhadap loyalitas pelanggan Indihome?
6. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan?

7. Bagaimana pengaruh pemanfaatan teknologi terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari latar belakang yang telah dijelaskan, permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini adalah:

1. Untuk melakukan analisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan.
2. Untuk melakukan analisis pengaruh pemanfaatan teknologi terhadap kepuasan.
3. Untuk melakukan analisis pengaruh kepuasan terhadap loyalitas.
4. Untuk melakukan analisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas.
5. Untuk melakukan analisis pengaruh pemanfaatan teknologi terhadap loyalitas.
6. Untuk melakukan analisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas melalui kepuasan.
7. Untuk melakukan analisis pengaruh pemanfaatan teknologi terhadap loyalitas melalui kepuasan.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dalam penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi bagi para pembaca bahwa ada banyak banyak faktor yang mempengaruhi kualitas layanan, pemanfaatan teknologi, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan.

Maka dari itu sangat dibutuhkan evaluasi untuk bisa meningkatkan kualitas dari pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dalam penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi bagi pihak Indihome, untuk dapat menjalankan dan lebih memperhatikan faktor-faktor pada variabel pada penelitian ini yang menjadi penghambat dari kepuasan pelanggan sampai menuju ke loyalitas pelanggan.

1.5 Batasan Masalah

Dalam suatu penelitian harus dilakukan focus secara mendalam, maka dari itu dibutuhkanlah Batasan-batasan untuk membatasi permasalahan yang terlalu besar. Berikut adalah Batasan-batasan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Dalam penelitian ini dilakukan pada pelanggan provider *Wi-fi* Indihome di Indonesia.
2. Penelitian ini terfokus pada Empat variabel, yaitu: Kualitas Layanan, Pemanfaatan Teknologi, Kepuasan, Loyalitas.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab 1 berisi tentang penjelasan dari latar belakang dalam penelitian ini, selain itu terdapat juga rumusan masalah pada penelitian ini, tujuan penelitian, manfaat dari penelitian ini yang

terdiri dari manfaat teoritis dan manfaat praktis, batasan masalah, dan sistematika penulisan penelitian ini.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab 2 berisi tentang teori pendukung untuk penelitian ini seperti deskripsi teori-teori yang digunakan dalam variabel penelitian ini, hipotesis yang digunakan dalam penelitian, dan model penelitian yang digunakan.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab 3 berisi tentang metode penelitian yang digunakan, penjelasan terhadap paradigma penelitian, desain penelitian, objek dan subjek penelitian, Populasi dan Sampel, Teknik *Sampling*, Menentukan Jumlah Sampel, Unit Analisis, Pengukuran Variabel, Definisi Konseptual dan Definisi Operasional, Skala Pengukuran, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data, Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Evaluasi Model Struktural, Statistik Deskriptif, Statistik Inferensial, PLS-SEM, Studi Uji Pendahuluan, Hasil Uji Validitas, dan Hasil Uji Reliabilitas

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab 4 berisi tentang deskripsi penelitian, hasil dari uji hipotesis yang dilakukan dalam penelitian, dan juga pembahasan hasil penelitian yang berupa jawaban atas hipotesis yang ada

dalam penelitian. Selain itu ada perbandingan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab 5 berisi tentang kesimpulan, implikasi teoritis, implikasi manajerial. Dan juga keterbatasan penelitian serta saran untuk penelitian selanjutnya.

