

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini, internet dan jaringan data merupakan hal penting bagi kebutuhan semua kalangan masyarakat. Pentingnya internet dan *provider* sudah menjadi kebutuhan pokok, dimana hal tersebut merupakan penyalur informasi, komunikasi, dan hal penting lainnya. Sejarah awal di mulai pada tahun 1980 dimana jaringan komputer yang masuk ke Indonesia, 5 universitas yang terlibat dan saling terhubung diantaranya adalah Universitas Indonesia (UI), Universitas Terbuka (UT), Institut Teknologi Bandung (ITB), Universitas Gajah Mada (UGM), dan Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) dengan fasilitas dial-up yang disebut UNInet pada saat itu.

Jaringan tersebut tidak berkembang dikarenakan infrastruktur yang kurang memadai. Kemudian pada Tahun 1986 – 1987 kegiatan amatir radio terutama di Amatir Radio Club (ARC) di ITB pada tahun 1986. Bermula dengan pesawat Transceiver HF SSB Kenwood TS430 milik Harya Sudirapratma (YC1HCE) dengan komputer Apple II milik Onno W. Purbo (YC1DAV), bersama belasan anak muda ITB seperti J. Tjandra Pramudito (YB3NR) Suryono Adisoemarta (N5SNN) dan di bimbing oleh para senior amatir radio seperti Robby Soebiaktio (YB1BG), Achmad Zaini (YB1HR), Yos (YB2SV) mereka mempelajari paket radio pada band 40m yang kemudian di dorong ke arah TCP/IP. Kemudian mereka mulai mengkaitkan jaringan amatir yaitu Bulletin Board System (BBS), yang merupakan

jaringan e-mail store and forward yang mengaitkan banyak “ server” BBS amatir radio di seluruh dunia agar email tersebut dapat tetap berjalan dengan lancar.

Dilanjutkan pada Tahun 1980-1990 dalam satu tahun diawali dari mailing list pertama Indonesia@janus.berkeley.edu berawal dari diskusi antar mahasiswa Indonesia yang sedang mengenyam pendidikan di luar negeri. Seiring berkembangnya pola dari mailing tersebut, terutama di host server ITB dan egroups.co, mailing list ini akhirnya menjadi salah satu sebuah sarana yang strategis dalam pembangunan internet di Indonesia. Awal 1990 an, komunitas antara Onno W. Purbo (YC1DAV/VE3) yang berada di Kanada waktu itu dengan rekan amatir radio yang berada di Indonesia dilakukan melalui jaringan amatir radio ini. Menggunakan peralatan PC/XT dan walkie-talkie dengan band 2 meter, komunikasi antara Indonesia – Kanada terus dilakukan melalui jaringan amatir radio. Kemudian di tahun 1992-1994 sebuah teknologi packet radio TCO/IP yang di adopsi oleh rekan-rekan dari BPPT, LAPAN, UI dan ITB yang kemudian menjadi PaguyubanNet. AMPR-net (Amatir Packet Radio Network) yang menggunakan IP pertama dikenal dengan nama domain AMPR.org dan IP 44.132. BPPT kemudian di oprasikan tersebut bekerja di band 70 cm dengan menggunakan PC 386 dan OS DOS untuk menjalankan program NOS sebagai gateway packet radio TCP/IP,

Maka dari itu sebuah layanan yang menyalurkan internet sangat amat penting untuk menunjang keberadaan internet di Indonesia. ISP merupakan singkatan dari Indonesia Service *Provider* yang memberikan layanan jasa agar masyarakat Indonesia dapat menikmati dan terhubung dengan internet. IndoNet merupakan perusahaan pertama yang memberikan jasa ISP tersebut, pada tahun

1994 perusahaan didirikan dan dipimpin oleh Sanjaya. Sambungan yang di berikan IndoNet pada saat itu hanya menggunakan dial-up. Pada awalnya IndoNet menggunakan mode teks dengan shell account, browser lynx, dan email client serta chatting menggunakan conference pada server AIX. Pada tahun 1995 pengguna internet di Indonesia atau user dapat mengakses internet (HTTP) karna mendapatkan akses Telnet ke luar negeri menggunakan remote browser Lynx di Amerika. Seiring berjalannya waktu browser di Indonesia mengalami perkembangan dan Indonesia juga ikut serta dalam perkembangan teknologi informasi, komunikasi hingga saat ini. Berdasarkan laporan riset platform manajemen media sosial HootSuite dan agensi marketing sosial We Are Social yang berjudul “ Global Digital Reports 2020”



**Gambar 1. 9 Data Tren Pengguna Internet**

(sumber : <https://andi.link/wp-content/uploads/2020/06/data-tren-internet-dan-media-sosial-tahun-2020-di-Indonesia-1024x576.jpg>)

Pengguna internet di indonesia berjumlah 175,4 juta pengguna, yakni sekitar 64% dari keseluruhan masyarakat indonesia pengguna internet. Perkembangan internet yang ada di indonesia yang pada awalnya hanya IndoNet yang menjadi penyedia jasa ISP, seiring perkembangan dan hampi setengah populasi masyarakat indonesia menggunakan internet, dengan ini menandakan

bahwa zaman selalu berkembang. Dengan seiring berkembangnya teknologi dalam jangka waktu, Indonesia dapat dikatakan mengikuti perkembangan teknologi informasi, komunikasi yang berkembang sampai sekarang ini. Menurut APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia), sebuah lembaga yang memprediksi internet, Internet user di Indonesia sampai tahun 2017 mencapai sekitar 143,26 juta dan diperkirakan akan selalu meningkat seiring dengan teknologi mobile yang semakin canggih dan gampang untuk di dapatkan.



**Gambar 1. 10 Perkembangan Pengguna Internet di Indonesia**

[https://www.researchgate.net/figure/Growth-of-internet-users-in-Indonesia-](https://www.researchgate.net/figure/Growth-of-internet-users-in-Indonesia-1998-2017-Source-APJII-2018_fig2_343990346)

[1998-2017-Source-APJII-2018\\_fig2\\_343990346](https://www.researchgate.net/figure/Growth-of-internet-users-in-Indonesia-1998-2017-Source-APJII-2018_fig2_343990346)

Pada saat ini teknologi semakin canggih dan mengarah ke digital dan mobile. Sekarang kita dapat menikmati koneksi dengan mudah menggunakan jaringan 4G pada beberapa *provider* di Indonesia. Begitu juga produsen Smartphone yang saling berkompetisi mengeluarkan produk yang mendukung akses jaringan. Sebelum itu, perkembangan teknologi jaringan diawali dari generasi sederhana, yakni 1G. Seiring dengan perjalanan berkembangnya era jaringan yang terbilang cukup panjang, dibutuhkan 40 tahun untuk dapat menyempurnakan teknologi jaringan dari generasi 1G sampai 5G. Jaringan Generasi awal pertamakali di

komersilkan oleh perusahaan Jepang, Nippon Telegram and Telephone (NTT) pada tahun 1979. Mulanya jaringan seluler ini hanya diperuntukan hanya untuk masyarakat Tokyo. 5 tahun berjalan NTT akhirnya dapat mendistribusikan 1G secara merata di berbagai kota di Jepang. Tidak hanya berhenti sampai di Jepang, namun 1G diperkenalkan di berbagai negara seperti Amerika pada awal Maret 1983 oleh perusahaan Ameritech. Kemudian distribusikan di Kanada pada pertengahan tahun 1980-an dan di Inggris pada tahun 1985. Era tahun 80-an, jaringan 1G dapat diakses dengan ponsel Motorola DynaTAC. Ponsel yang dijuluki The Brick (batu bata) karena memiliki bobot sekitar 1kg, dan membutuhkan waktu 10 jam untuk mengisi daya ponsel. Walau tergolong sebagai teknologi yang revolusioner, 1G masih belum sempurna sebagai jaringan seluler pertama. Kualitas yang masih terbilang rendah dan jaringan 1G hanya dapat melakukan panggilan suara. 1G dioperasikan menggunakan teknologi analog bernama Advance Mobile Phone System (AMPS). Teknologi ini memanfaatkan modulasi Frequency Division Multiple Access (FDMA) yang dapat menghasilkan kecepatan maksimum 2,4 Kbps. Kemudian cakupan jaringan yang belum luas dan sistem keamanan masih belum dienkripsi berakibat pengguna lain yang dapat menyadap isi pembicaraan telepon menggunakan alat pemindai radio.

Dengan berkembangnya dan penyempurnaan jaringan seluler, 1G kini telah ditinggalkan. Hingga pada tahun 1991, di mana jaringan 2G pertama kali dikomersilkan di Finlandia. Jaringan ini mengandalkan teknologi Global System for mobile Communication (GSM) dilengkapi berbagai penyempurnaan. Salah satu yang terpenting yaitu sistem keamanan yang memungkinkan panggilan telepon

terenkripsi, hal tersebut membuat pengguna lebih tenang saat melakukan panggilan telepon dan tidak dapat lagi di sadap. Untuk 2G meningkatkan di aspek kualitas suara. Pengguna tak lagi menemukan suara statis yang bising saat melakukan panggilan. Pada aspek kecepatan, jaringan 2G menawarkan bandwidth 30 KHz hingga 200KHz. Jaringan ini memungkinkan penggunanya mengirim pesan singkat berupa SMS dan MMS, meskipun dengan kecepatan yang terbilang cukup rendah sekitar 64 Kbps. Kemudian peningkatan berkelanjutan dari teknologi GSM memperkenalkan jaringan seluler 2,5G yang menggabungkan kemampuan packet switching dalam bentuk berupa GPRS, dan juga EDGE. 2,5G menghasilkan kecepatan data hingga 144kbps memungkinkan pengguna untuk mengirim dan menerima pesan e-mail dan menjelajahi web, Hal tersebut memicu terjadinya peningkatan jumlah pengguna ponsel.

Pada era 2000an, jaringan 3G muncul dan diperkenalkan oleh NTT DoCoMo pada tahun 2001. Di bandingkan dengan jaringan 2G dan 2,5G kemampuan transfer data 4 kali lebih besar dengan kecepatan rata rata mencapai 2Mbps dan kecepatan maksimum 14Mbps. Hasil dari peningkatan ini semua kegiatan mulai dari streaming video, konferensi video, hingga panggilan video dapat dilakukan dengan lebih lancar. Pengguna pun dapat mendengarkan musik, melakukan panggilan, mengirim pesan teks, dan melakukan pencarian internet melalui internet menggunakan perangkat seluler. Hingga adanya kemunculan ponsel pintar (Smartphone) yang membuat jaringan 3G mulai di tinggalkan. Era ponsel candy bar di sertai era beralih ke ponsel bersamaan dengan berkembangnya jaringan seluler di dunia. 4G pertama kali di komersilkan di Norwegia pada akhir tahun 2009.

Jaringan 4G merupakan jaringan pertama yang menggunakan teknologi Long-Term Evolution (LTE). Secara teknis, teknologi yang dihasilkan mencapai kecepatan 10Mbps hingga 1Gbps. Selain itu, jaringan seluler generasi keempat inimenawarkan latensi yang lebih baik. Perkembangan yang dihasilkan yaitu sedikitnya proses buffering, peningkatan pada kualitas suara, dan kualitas streaming serta kualitas streaming dan kecepatan unduh yang lebih cepat. 4G merupakan jaringan seluler berbasis IP pertama di dunia, yang mampu mengakomodasi Quality of Service (QoS) serta akses broadband nirkabel pada Multimedia Messaging Service), percakapan video,TV seluler, konten HDTV, hingga Penyiaran Video Digital (DVB). Dalam waktu yang relatif singkat, jaringan 4G sudah mulai berjuang untuk mengatasi tuntutan yang datang silih berganti, tuntutan yang di hadapi meliputi kemunculan teknologi AugmentedReality (AR), kendaraan otonom, serta pertumbuhan internet of things (IoT). Tuntutan ini yang membuat jaringan 4G untuk tumbuh seakin cepat, dengan permintaan bandwidth seluler yang tumbuh semakin cepat. Selain haus akan bandwidth, aplikasi yang baru pastinya memerlukan kecepatan yang lebih tinggi dan latensi yang rendah. Permasalahan ini kemudia memicu permintaan untuk jumlah koneksi yang lebih tinggi lebih dari 29 miliar koneksi pada tahun 2022, menurut Ericsson.Setelah diketahui jaringan 4G/LTE sudah mencapai kapasitas maksimumnya, ITU (International Telecommunication Union), kemudian mulai menetapkan spesifikasinya persyaratan untuk jaringan 5G pada tahun 2015.

Pada Maret 2019 jaringan 5G diluncurkan secara perdana di Korea Selatan . Jaringan seluler generasi kelima ini kemudian diboyong oleh *provider* local,

seperti KT, LG Uplus , dan SK Telecom. Kanada merupakan salah satu negara yang mengadopsi jaringan 5G di berbagai kotanya. Terlihat melalui segi konektivitas, 5G diklaim mampu menyediakan kecepatan data sekitar 20 kali lipat lebih cepat dibanding generasi sebelumnya. Produk yang dimiliki oleh Telkomsel sendiri meliputi 3 produk GSM yaitu simPATI, Kartu AS, dan kartuHALO

Telkomsel merupakan operator telekomunikasi seluler berbasis GSM pertama yang ada di Indonesia dengan layanan pascabayar kartuHALO yang diluncurkan pada tanggal 26 Mei 1995. Saham Telkomsel pertamakali dimiliki oleh Telkomsel Indonesia sebesar 65% dan sisanya merupakan saham Indosat. Pada tanggal 1 November 1997, Telkomsel menjadi operator seluler pertama di Asia yang menyediakan layanan GSM prabayar. Telkomsel mengakui sebagai salah satu operator telekomunikasi terbesar di Indonesia dengan 81,644 juta pelanggan per 31 Desember 2007 yang lalu dengan pasar sebesar 51% per 1 Januari 2007. Telkomsel sendiri merupakan jaringan yang telah mencakup 288 jaringan roaming internasional di 155 negara pada tahun 2007 akhir.

Di Indonesia, terdapat dua operator seluler yang menjadi pesaing dari telkomsel yaitu: Indosat Qoredo dan XL Axiata. Telkomsel, Indosat, dan XL memiliki basis pelanggan terbesar di Indonesia. Tabel berikut menunjukkan perbandingan jumlah pelanggan ketiga operator seluler tersebut.

Tabel 1.1 Telkomsel dan Dua Pesaingnya

No.	Operator Seluler	Jumlah Pelanggan
1	Telkomsel	169,2 juta
2	Indosat Qoredo	60,3 juta
3	XL Axiata	57,8 juta

Sumber: Kusnandar (2021)

Dua pesaing utama Telkomsel adalah Indosat dan XL, namun basis pelanggan Telkomsel jauh lebih banyak dibandingkan dua pesaingnya. Meskipun demikian, diantara para pesaingnya sangat mungkin saling bersaing untuk mempertahankan dan menambah jumlah pelanggan.

Telkomsel tercatat sebagai operator seluler ketujuh di dunia yang memiliki lebih dari 100 juta pelanggan dalam satu negara pada Mei 2011. Telkomsel menjangkau lebih dari 54.000 BTS yang menjangkau sekitar 97% wilayah populasi di Indonesia. Di pasar industri telekomunikasi di Indonesia dan kini telah melayani lebih dari 122 juta pelanggan. Dengan cara memandu perkembangan di bidang industri telekomunikasi seluler di Indonesia memiliki era baru layanan mobile broadband. Telkomsel secara konsisten mengimplementasikan roadmap teknologi 3G, HSDPA, HSPA+, serta uji coba teknologi Long Term Evolution (LTE). Kemudian saat ini Telkomsel mengembangkan jaringan broadband di 100 kota besar yang ada di Indonesia. Demi kenyamanan yang dibutuhkan oleh pelanggan, Telkomsel saat ini menyediakan dukungan akses call 24 jam dan ada total 430 pusat layanan yang ada di Indonesia. Telkomsel sendiri telah meluncurkan tiga produk GSM, diantaranya merupakan simPATI (prabayar), Kartu AS (prabayar), dan kartuHALO (pascabayar). Kemudian, Telkomsel juga menyediakan layanan internet nirkabel melalui jaringan telepon seluler, yaitu Telkomsel Flash.

Telkomsel bekerja pada jaringan 900/1.800 MHz. Telkomsel berkomitmen untuk mendirikan layanan mobile lifestyle unggulan sesuai mengikuti perkembangan teknologi dan kebutuhan masyarakat. Telkomsel menciptakan teknologi yang memudahkan bangsa Indonesia dapat menikmati layanan dengan

tetap mendukung pelestarian di masa yang mendatang. Maka dari itu, Telkomsel mendukung pemanfaatan energi terbarukan sebagai sumber energi untuk pembangunan menara BTS dan mengadakan pendidikan dan pelatihan bagi kalangan remaja dan masyarakat yang membutuhkan. Dengan cara meningkatkan kualitas masyarakat dan lingkungan, tentunya Telkomsel berpartisipasi aktif untuk masa depan bangsa yang lebih baik. Telkomsel siap melakukan lompatan besar dalam evolusi telekomunikasi selular yang sejalan dengan perubahan gaya hidup. Jaringan Telkomsel menghadirkan dunia dengan konektivitas tanpa batas, ragam aplikasi untuk memfasilitasi gaya hidup modern serta rangkaian produk untuk meningkatkan kualitas hidup manusia.

Layanan multimedia dengan teknologi terdepan membuka 3 peluang kreatif yang memperkaya sendi-sendi kehidupan bangsa Indonesia. Inilah masa depan Telkomsel sebagai persembahan terbaik bagi negeri. Pertumbuhan jumlah pengguna telkomsel sangat cepat, sehingga tercipta pelanggan yang setia dengan produk kartu prabayar maupun non prabayar, untuk itu penulis ingin mengetahui lebih lanjut mengapa orang-orang lebih memilih kartu prabayar telkomsel dibandingkan kartu prabayar lain. Untuk itu penulis mengambil salah satu pendapat ahli yang menyatakan tentang loyalitas untuk menjadi landasan dalam penelitian ini.



**Gambar 1. 11 Aplikasi Proteksi**

(sumber : Telkomsel dan JagaJaga Bikin Aplikasi Proteksi Keamanan Cyber

(jawapos.com))

Menurut Kotler dan Keller (2016) juga menyatakan bahwa kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Seperti halnya yang dibahas pada gambar 1.3 dimana Telkomsel menyediakan aplikasi yang berguna untuk menghadapi situasi risiko ancaman seluler yang tinggi. Aplikasi yang berguna untuk melindungi pengguna dari serangan berbahaya dan malware , phishing site dan serangan peretas yang masuk melalui jaringan wifi. (Telkomsel dan JagaJaga Bikin Aplikasi Proteksi Keamanan Cyber (jawapos.com)



**Gambar 1. 12 Daftar harga Paket Telkomsel**

(sumber : harga yang diberikan telkomsel untuk pelanggan - Bing images)

Menurut Morisan (2010) harga yaitu mengacu pada apa yang harus diberikan konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa yang biasanya menggunakan nilai uang. Dijelaskan pada gambar 1.4 dimana telkomsel memiliki paket dengan harga penawaran yang relatif menggiurkan untuk para pelanggannya.



**Gambar 1. 13 Para Pekerja Telkomsel**  
(sumber : karyawan telkomsel - Bing images)

Menurut Hasibuan (2012) karyawan adalah orang penjual jasa (pikiran atau tenaga) dan mendapat kompensasi yang besarnya telah ditetapkan terlebih dahulu. Seperti dilihat pada gambar 1.5, dimana sebuah perusahaan pasti memiliki para pekerja yang membantu perusahaannya untuk bisa berkembang.



**Gambar 1. 14 Contoh Fisik melalui Voucher**  
(sumber : bukti fisik yang ditawarkan telkomsel - Bing images)

Menurut Zeithaml et al (2009) merupakan suatu hal yang secara nyata turut memperngaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk jasa yang di tawarkan. Pada ambar 1.5, digambarkan bahwa telkomsel memberikan bentuk fisik untuk mempengaruhi konsumen mau berlangganan di Telkomsel dengan membuat voucher yang ditawarkan pada pelanggan.



**Gambar 1. 15 Loyalitas pelanggan Telkomsel**  
(sumber : loyalitas pelanggan telkomsel - Bing images)

Menurut Hasan (2014) Loyalitas merupakan kondisi psikologis yang berkaitan dengan sikap terhadap produk, konsumen akan membentuk keyakinan, menetapkan suka dan tidak suka, dan memutuskan apakah mereka ingin membeli produk. Dapat dilihat pada gambar 1.7 dimana seorang pelanggan Telkomsel yang setia untuk mengikuti perkembangan Telkomsel mendapatkan sebuah hadiah undian untuknya. Selain itu, Upaya Telkomsel sebagai wujud tanggungjawab dalam menjaga loyalitas pelanggannya dapat dilihat dari usaha perusahaan dalam menjalankan program-program Marketing Public Relations yang telah dilakukan untuk menjual produknya sekaligus untuk meningkatkan citra perusahaan. (NASKAH\_PUBLIKASI.pdf (ums.ac.id))



**Gambar 1. 16 Kepuasan Pelanggan**

(sumber : kepuasan pelanggan terhadap aplikasi telkomsel - Bing images)

Menurut Tjiptono (2014) kepuasan pelanggan merupakan respon pelanggan terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian atau standar kinerja lainnya dan kinerja aktual produk sebagaimana dipersepsikan setelah memakai atau mengkonsumsi produk bersangkutan. Dilihatkan pada gambar 1.8, kepuasan pelanggan adalah bagian dari perusahaan telkomsel untuk bisa berinovasi dan berbenah .

## **1.2 Batasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pengujian terhadap model yang di teliti menggunakan data dari hasil pembagian kuesioner kepada objek yang sedang di teliti.
2. Adapun karakteristik responden yang di teliti adalah sebagai berikut :
  - i. Pria dan Wanita
  - ii. Berusia 18 –60 tahun ( Klasifikasi usia myda menurut WHO)
  - iii. Berdomisili di Surabaya
  - iv. Pernah Berkunjung ke Grapari Surabaya minimal 3 (tiga) kali dalam kurun waktu 3(tiga) bulan terakhir
  - v. Pernah menggunakan layanan Telkomsel
  - vi. Pernah menggunakan layanan sejenis lainnya dalam satu tahun terakhir
  - vii. Pernah berinteraksi dengan karyawan Grapari Telkomsel

### **1.3 RumusanMasalah**

Adapun rumusan masalah yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah *Service quality* berpengaruh signifikan terhadap *Customer satisfaction* Grapari Telkomsel diSurabaya?
2. Apakah *Price* berpengaruh signifikan terhadap pada *Customer satisfaction* Grapari Telkomsel diSurabaya?
3. Apakah *Employees* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satification* pada pengguna layanan Grapari Telkomsel diSurabaya?
4. Apakah *physical evidence* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satification* pada pengguna layanan Grapari Telkomsel diSurabaya?

5. Apakah *customer satisfaction* signifikan terhadap *customer loyalty* pengguna layanan Grapari Telkomsel di Surabaya?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan padarumusan masalah dan batasan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan dari penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Service quality* terhadap *Customer Satisfaction* pada pengguna layanan Grapari Telkomsel di Surabaya
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Prices* terhadap *Customer Satisfaction* pada pengguna Grapari Telkomsel di Surabaya
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Employees* terhadap *Customer Satisfaction* pada pengguna layanan Grapari Telkomsel di Surabaya
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Physical evidence* terhadap *Customer Satisfaction* pada pengguna layanan Grapari Telkomsel di Surabaya
5. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Customer loyalty* pada pengguna layanan Grapari Telkomsel di Surabaya

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat adanya penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

##### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dimasa yang akan datang dengan permasalahan yang sejenis sehingga dapat memperkaya studi penelitian yang berhubungan dengan *Service quality*, *Prices*, *Employees*, *Physical evidence*, *Customer Satisfaction* dan *Customer loyalty*. Selain itu,

dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi mahasiswa ataupun pembaca di bidang keilmuan manajemen

### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Diharapkan dapat memberikan manfaat dalam praktik bidang manajemen Pemasaran Telkomsel dengan melakukan pengujian secara langsung berdasarkan data yang didapatkan mengenai *Service quality, Prices, Employees, Physical evidence, Customer Satification* dalam meningkatkan *Customer loyalty*. Dengan dilakukan penelitian ini, diharapkan dapat memberikan ide dalam gambaran serta upaya pembuatan strategi bagi Telkomsel di Surabaya atau di kota-kota lainnya dan dapat mengembangkan *Customer loyalty* bagi pengguna Telkomsel banyak lagi penggunanya. Serta, memberikan pengetahuan tambahan untuk manajer dan pihak-pihak yang terkait untuk memberikany perhatiann lebihn terhadap *Service quality, Prices, Employees, Physical evidence, Customer Satification* sehingga dapat memberi komitmen pelanggan untuk selalu setia tetap menggunakan Telkomsel dan menjadikan Telkomsel sebagai pilihan utama.

### **1.6 Sistematika Penulisan**

Agar memudahkan pembacae dalamn mengetahuiu alur pembahasan sertau mengerti lebih lanjut mengenai penelitian ini, maka peneliti mencantumkan sistematikan penulisan yang relevan, yakni sebagai berikut:

## **BAB I : PENDAHULUAN**

Babyini berisi tentang latar belakang masalah, Batasan masalah, rumusan

masalah,tujuan penelitian,manfaat penelitian baik teoritis maupun praktis dan sistematikay penulisan.

## **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

Bab ini berisi mengenai teori-teori yang berasalr darit literatur dan jurnal yang digunakan sebagai landasan teori,jenis penelitian yang telah dilakukan sebelumnya,serta pembentukan hipotesis yang akan digunakan sebagai kerangka dasar untuk melakukan analisis dan pembahasan untuk memberikan kesimpulan,implikasi dan rekomendasi.

## **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisi mengenai jenis penelitian,metode dan sampel,metode pengumpulan data ,definisiyoperasional, pengukuran variabel serta metode analisis data.'

## **BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini membahas mengenai gambaran umum tentang objek penelitian yaitu Grab,Analisis data pembahasan.

## **BAB V : KESIMPULAN**

Bab ini berisi mengenai simpulan, implikasi, dan rekomendasi