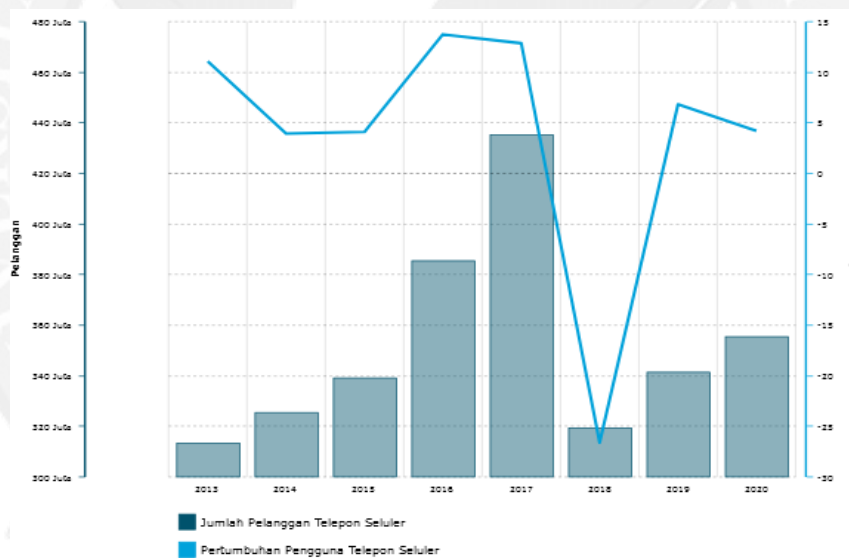


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Secara global, industri telekomunikasi telah mengalami transformasi besar dalam dekade terakhir. Transformasi ini antara lain dipicu oleh munculnya berbagai perangkat seluler seperti *smartphone*, tablet, dan iPad (Ojiaku & Osarenkhoe, 2018). Penggunaan berbagai perangkat seluler bermanfaat dalam berbagai aktivitas seperti bekerja, berkomunikasi di dunia maya, melakukan transaksi perdagangan, dan lain-lain.

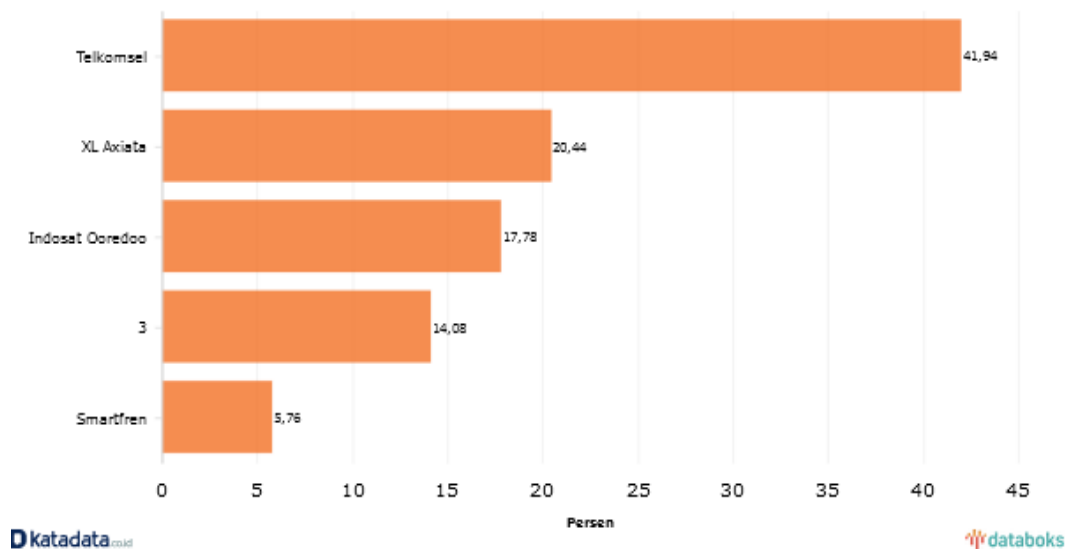


Gambar 1.1 Jumlah dan Pertumbuhan Pelanggan Telepon Seluler di Indonesia (2013-2020)

Sumber: <https://databoks.katadata.co.id>

Gambar 1.1 menunjukkan berdasarkan data Kementerian Komunikasi dan Informatika yang dipublikasikan Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah pelanggan telepon seluler di Indonesia mencapai 355,62 juta pelanggan pada 2020. Angka tersebut meningkat 4,20% dibanding tahun 2019, bahkan melebihi jumlah

penduduk Indonesia pada tahun 2020 yang sebanyak 270 juta jiwa. Selama periode 2013-2017 jumlah pelanggan telepon seluler naik pesat seperti terlihat pada grafik. Meskipun sempat menurun cukup tajam pada 2018, jumlahnya kembali meningkat di tahun 2019 hingga 2020. Pertumbuhan pada penggunaan telepon seluler tentu menjadi peluang bagi perusahaan operator seluler untuk memberikan layanan telekomunikasi bagi pengguna telepon seluler sehingga menimbulkan persaingan yang ketat. Operator-operator seluler yang ada di Indonesia antara lain Telkomsel, XL Axiata, Indosat Ooredoo, Tri Indonesia, dan Smartfren. Berdasarkan data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika yang didasarkan pada hasil registrasi ulang maupun registrasi baru menunjukkan hingga tahun 2018 jumlah pelanggan Telkomsel 150 juta, XL Axiata 45 juta pelanggan, Indosat Ooredoo 34 juta pelanggan, Tri Indonesia 17 juta dan Smartfren 7 juta.



Gambar 1.2 Operator Seluler Pilihan Masyarakat Indonesia
Sumber: <https://databoks.katadata.co.id>

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada 11 Januari – 24 Februari 2022 diperoleh operator seluler pilihan masyarakat paling banyak adalah Telkomsel (41,94%), XL Axiata (20,44%), Indosat Ooredoo (17,78%), Tri Indonesia (14,08%), Smartfren (5,76%). Hal ini menunjukkan bahwa Telkomsel menjadi operator seluler pilihan masyarakat. Di pasar operator seluler yang kompetitif, pelanggan memiliki banyak pilihan yang tersedia untuk dipilih di antara perusahaan penyedia layanan telekomunikasi. Perusahaan harus mencari faktor-faktor untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Persaingan yang ketat dalam bisnis operator seluler menyebabkan Telkomsel perlu untuk memberikan kinerja terbaiknya. Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk memenangkan persaingan pasar yaitu melakukan inovasi melalui penciptaan berbagai layanan telekomunikasi dengan tujuan untuk memenuhi harapan konsumen, sehingga tertarik memutuskan membeli layanan telekomunikasi.

By.U merupakan produk provider digital dari Telkomsel. Untuk menggunakan *By.U*, pengguna wajib melakukan registrasi kartu hingga memilih kuota secara digital melalui aplikasi, bukan lewat gerai atau jalur konvensional. Dalam aplikasi tersebut, pengguna juga bisa membeli pulsa dan paket lain, seperti Spotify, Instagram, WhatsApp, dan Facebook. *By.U* adalah transformasi Telkomsel sebagai *digital telco company* yang merupakan *provider* pertama di Indonesia. *By.U* mengutamakan *customer centricity* yang memiliki banyak keunggulan.

Provider By.U melakukan pemasaran yang berfokus pada media online seperti website, Instagram, facebook, youtube, dan lain sebagainya, dengan *tagline*

“Semuanya Semaunya” sebagai bentuk memberikan kesadaran terkait provider By.U yang didesain khusus untuk menyesuaikan kebutuhan Gen Z dengan menciptakan communication baru untuk meningkatkan kepercayaan melalui media social. Dalam menunjang gaya hidup digital Gen Z yang sudah terbiasa dengan layanan internet dan media sosial, *Provider By.U* juga didukung oleh *customer service* yang dapat diakses 24 jam melalui fitur *live chat* pada aplikasi maupun *website* sehingga memberikan kemudahan bagi konsumen untuk mengetahui informasi dan penawaran lainnya tentang produk *provider By.U*

Kepuasan pelanggan terhadap *provider By.U* dianggap sebagai salah satu konsep terpenting untuk menjaga perusahaan operator seluler Telkomsel tetap bertahan di pasar. Karena jaringan telekomunikasi seluler memiliki dikembangkan selama beberapa generasi yang sukses, teknologi memainkan peran penting dalam konteks ini. Teknologi meningkatkan kualitas layanan terutama dalam melakukan panggilan baik dalam bentuk *audio* maupun *video call*. Oleh karena itu, perusahaan-Telkomsel dapat menggunakan layanan *provider By.U* sebagai ukuran untuk mencapai kepuasan pelanggan secara terus menerus. Tujuan dari penelitian yang dilakukan saat ini adalah untuk menguji secara tepat faktor mana yang mungkin penting dalam membentuk kepuasan dan niat berkelanjutan berdasarkan konsep interaktivitas dengan perspektif yang berpusat pada pengguna.

1.2 Batasan Penelitian

Penelitian ini memiliki batasan-batasan penelitian agar dalam pembahasannya lebih terfokus sesuai dengan permasalahan penelitian. Batasan penelitian ini adalah:

1. Variabel yang diteliti adalah *network quality*, *sistem quality*, *content quality*, *customer support*, *compatibility*, *customer satisfaction*, *continuance intention*.
2. Penelitian ini dilakukan pada *provider By U* dan sebagai sampel penelitian adalah pengguna *provider By U* di Surabaya.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di latar belakang maka beberapa rumusan masalah dalam penelitian adalah:

1. Apakah *network quality* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pengguna *provider By U* di Surabaya?
2. Apakah *system quality* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pengguna *provider By U* di Surabaya?
3. Apakah *content quality* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pengguna *provider By U* di Surabaya?
4. Apakah *customer support* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pengguna *provider By U* di Surabaya?
5. Apakah *compatibility* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pengguna *provider By U* di Surabaya?
6. Apakah *customer satisfaction* berpengaruh terhadap *continuance intention* pengguna *provider By U* di Surabaya?

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah penelitian yang dikemukakan maka penelitian ini memiliki tujuan, yaitu:

1. Untuk menganalisis pengaruh *network quality* terhadap *customer satisfaction* pengguna *provider By U* di Surabaya.
2. Untuk menganalisis pengaruh *system quality* terhadap *customer satisfaction* pengguna *provider By U* di Surabaya.
3. Untuk menganalisis pengaruh *content quality* terhadap *customer satisfaction* pengguna *provider By U* di Surabaya.
4. Untuk menganalisis pengaruh *customer support* terhadap *customer satisfaction* pengguna *provider By U* di Surabaya.
5. Untuk menganalisis pengaruh *compatibility* terhadap *customer satisfaction* pengguna *provider By U* di Surabaya.
6. Untuk menganalisis pengaruh *customer satisfaction* terhadap *continuance intention* pengguna *provider By U* di Surabaya.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini antara lain:

1. Manfaat teoritis

Untuk memberikan manfaat, informasi serta pengetahuan kepada pembaca mengenai pengaruh *network quality*, *sistem quality*, *content quality*, *customer support*, *compatibility* terhadap *customer satisfaction* dan pengaruh *customer*

satisfaction terhadap *continuance intention*. Penelitian ini diharapkan juga dapat digunakan sebagai rujukan bagi penelitian selanjutnya.

2. Manfaat praktis

Penelitian ini dapat memberikan suatu informasi yang diperlukan oleh pihak *provider By U* di Surabaya dalam meningkatkan kepuasan dan niat berkelanjutan dari pengguna.

1.6 Sistematika Penelitian

Sistematika penelitian memberikan gambaran dalam penulisan penelitian sehingga memudahkan pembaca untuk memahami penelitian ini. Pengorganisasian penulisan dalam penelitian ini terdiri atas lima bab yang terdiri dari:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang ulasan mengenai latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Bab ini menjelaskan tentang teori yaitu *network quality*, *system quality*, *content quality*, *customer support*, *compatibility*, *customer satisfaction*, dan *continuance intention*. Selain itu, juga dideskripsikan penelitian terdahulu yang menjadi acuan, pengembangan hipotesis, dan model penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang jenis penelitian, populasi, sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional dan pengukuran variabel, dan metode analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum aplikasi *By.U*, hasil pengolahan data, hasil uji hipotesis, dan pembahasan hasil penelitian berdasarkan teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB V KESIMPULAN

Bab ini merupakan bab terakhir dalam penelitian yang berisi tentang kesimpulan serta rekomendasi berdasarkan hasil penelitian.

