

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Kemajuan teknologi komunikasi dan informasi memiliki dampak yang signifikan terhadap cara dunia beroperasi saat ini. Banyak perusahaan berkembang pesat sebagai akibat dari perluasan media komunikasi dan informasi, yang menjadi lebih luas tersedia untuk masyarakat umum. Jaringan internet telah dapat diakses di Indonesia sejak tahun 1994, yang merupakan salah satu contoh inovasi teknis di bidang komunikasi dan informasi. Pengguna dapat memperoleh semua informasi, mentransfer data, dan terlibat dalam komunikasi dua arah tanpa hambatan fisik saat menggunakan jaringan internet untuk melakukan operasi bisnis atau perdagangan (*e-business*). Saat ini, menggunakan internet untuk berbisnis tidak lagi hanya diperlukan oleh para pebisnis; itu juga menjadi penting untuk kehidupan sehari-hari bagi masyarakat umum. Lebih dari separuh penduduk Indonesia sudah *online*.

PT. Telekomunikasi Indonesia merupakan salah satu penyedia layanan akses internet (ISP, Internet Service Provider) terbesar di Indonesia. Persaingan semakin ketat karena semakin banyak penyedia layanan telekomunikasi. Hal inilah yang mendorong PT. Telkom yang menawarkan beragam layanan, berinovasi dan menghadirkan produk terbaru. Pada tahun 2015 PT. Telkom memperkenalkan IndiHome, inovasi produk terbaru. Termasuk telepon rumah (suara), internet (Internet on Fiber atau High Speed Internet), dan layanan televisi interaktif, IndiHome adalah paket layanan komunikasi dan data (Use TV Cable, IP TV). Telkom menyebut IndiHome sebagai layanan three-in-one karena mencakup internet, konten TV berbayar,

dan saluran telepon di samping layanan lainnya. Paket IndiHome juga mencakup fitur seperti Home Automation dan layanan portal musik digital.

Munculnya sejumlah bisnis yang berkecimpung dalam industri Internet Service Provider (ISP) dan saling bersaing akibat maraknya penggunaan internet dan keinginan masyarakat terhadapnya. PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk (Telkom) telah meraih berbagai penghargaan atas upaya dan kerja kerasnya dalam mengembangkan produk baru dan memberikan layanan pelanggan (Sumber: www.telkom.co.id).

Berbagai penghargaan yang dicapai PT. Telkom dapat membentuk loyalitas pelanggan. Semua bisnis berusaha untuk memiliki pelanggan yang setia. Dalam bisnis, mempertahankan loyalitas pelanggan sangat penting untuk meningkatkan hasil keuangan dan memastikan kelangsungan hidup perusahaan. Dengan menawarkan layanan pelanggan yang sangat baik, bisnis ini bertujuan untuk membangun hubungan dengan pelanggannya. Pelanggan secara tidak sengaja akan menjadi lebih kritis dan teliti dalam pengambilan keputusan pelanggan semakin terdidik. Upaya perusahaan untuk membangun hubungan dengan pelanggan dimulai dengan proses transaksi dan berlanjut melalui penggunaan produk karenanya harus dipertimbangkan selain produk yang dihasilkannya jika ingin mengembangkan basis pelanggan yang loyal.

Menurut Griffin (2010), seorang konsumen dianggap loyal atau menunjukkan perilaku pembelian secara teratur atau jika ada persyaratan bahwa konsumen membeli setidaknya dua kali dalam jangka waktu tertentu. Akibatnya, PT. Telkom bekerja untuk membangun hubungan dengan klien dan meningkatkan layanan di samping berinovasi dan meningkatkan

jangkauan produknya untuk memenangkan pelanggan. Loyalitas pelanggan tidak dapat dibangun hanya berdasarkan kualitas produk; namun kualitas produk juga harus konsisten dengan layanan pelanggan yang dapat dipercaya. Hal ini sesuai dengan pendapat Tjiptono (2011) yang menyatakan bahwa kualitas layanan adalah keadaan dinamis agar produk, layanan, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan setidaknya cocok atau bahkan melampaui tingkat kualitas layanan yang diperlukan. Dengan demikian, PT. Telkom telah menunjukkan bahwa beberapa upaya telah dilakukan untuk memenangkan loyalitas pelanggan. PT. Telkom terus mengembangkan berbagai fungsi dan jenis layanan untuk memberikan pengalaman terbaik kepada pelanggan. Oleh karena itu, PT. Telkom terus meningkatkan layanannya sesuai dengan karakteristik kualitas layanan, yaitu kehandaan, ketanggapan, jaminan, empati, dan bukti langsung.

Selain itu, administrasi dan pembayaran yang akurat dan jelas merupakan salah satu bentuk kualitas pelayanan yang diterapkan oleh PT. Telkom agar perusahaan dapat diandalkan dan pelanggan menjadi amanah untuk berlangganan pada perusahaan. Berdasarkan kehandalan PT. Telkom dapat diandalkan dalam mengatasi permasalahan pelanggan terkait hal-hal yang berhubungan dengan PT. Telkom. Dalam hal ketanggapan, PT. Telkom terus bercita-cita untuk menjadi bisnis yang responsif terhadap pelanggan dan selalu meluangkan waktu untuk terhubung dengan pelanggan atau menyelesaikan masalah pelanggan terkait dengan PT. Masalah terkait Telkom. Berdasarkan jaminan, PT. Telkom menawarkan jaminan keamanan di PT. Telkom, dan anggota staf bersikap sopan saat berbicara dengan klien. Berdasarkan empati, PT. Telkom memberikan perhatian kepada konsumen,

terlihat ketika perusahaan menghubungi kembali pelanggan setelah menyampaikan kekhawatiran. Hal ini dilakukan dengan memperhatikan dan memastikan bahwa masalah pelanggan ditangani dengan benar. Plasa PT. Telkom tertata rapi dan bersih, serta dibarengi pula dengan penampilan karyawan yang berpenampilan rapi guna memberikan kenyamanan kepada pelanggan. Berdasarkan peralatan yang merupakan bukti langsung, Plasa PT. Telkom juga sudah terbilang modern, yang dapat memudahkan interaksi antara karyawan dan pelanggan. Hasil penelitian Silaban (2015), Saputri (2019), Insani dan Madiawati (2020), serta Susnita (2020) membuktikan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Dengan menawarkan layanan Indihome, PT Telekomunikasi Indonesia Tbk (Telkom) berharap dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Menurut Kotler (2017), kepuasan konsumen yaitu perasaan puas atau tidak puas seseorang setelah membandingkan persepsi/kesannya (kinerja atau hasil produk) dengan harapan konsumen. Kepuasan pelanggan jangka panjang dengan kinerja perusahaan akan memiliki efek tidak langsung yang menguntungkan pada perjalanan hidup perusahaan. Hal ini sesuai dengan pendapat Hasan (2014) yang menyatakan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan yaitu kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan dianggap menjadi prediktor kuat atas kesetiaan pelanggan mencakup niat pembelian kembali, rekomendasi positif, dan sebagainya. Telkom terus berupaya meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan baik kualitas produk maupun layanannya melalui IndiHome. Indihome merupakan solusi layanan rumah digital yang mencakup internet berkecepatan tinggi pada fiber, TV interaktif, dan telepon rumah dengan panggilan gratis selama

1.000 menit lokal dan jarak jauh setiap bulan. Perusahaan harus selalu memperhatikan keinginan konsumen agar dapat memenuhi harapan dengan menawarkan pelayanan yang lebih memuaskan dari para pesaingnya, sebagai akibat dari semakin meningkatnya intensitas persaingan dan banyaknya pesaing. Akibatnya, hanya bisnis papan atas yang dapat bersaing dan menguasai pasar (Atmawati dan Wahyuddin, 2007).

Semakin banyak penyedia layanan internet yang bersaing untuk mendapatkan pelanggan dengan menyediakan berbagai macam produk. Telkom berusaha untuk mendapatkan dan mempertahankan konsumen dalam situasi ini. PT. Telkom mencari cara untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, jika pelanggan sangat puas, kemungkinan besar pelanggan akan memperpanjang langganannya dan tidak menggunakan produk perusahaan lain. Hasil penelitian Bahrudin dan Zuhro (2015), Silaban (2015), Nurhidayati dan Yuliantari (2018), Rafiah (2019), Yonata dkk (2020), Rohana (2020), Susnita (2020) dan Supertini dkk (2020) yang membuktikan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Fenomena yang terjadi pada Plasa Telkom Kepanjen atas kualitas layanan yaitu terdapat keluhan dari konsumen atas layanan yang diberikan seperti lamanya proses instalasi, lambatnya respon perusahaan terhadap kekhawatiran pelanggan, dan jaminan dari pelaku usaha yang tidak menepati janjinya. Berdasarkan uraian di atas dan fenomena, maka perlu diteliti kembali dengan judul Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Plasa Telkom Kepanjen.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh Kualitas layanan dan Kepuasan pelanggan secara simultan terhadap Loyalitas pelanggan ?
2. Bagaimana pengaruh Kualitas layanan secara parsial terhadap Loyalitas pelanggan ?
3. Bagaimana pengaruh Kepuasan pelanggan secara parsial terhadap Loyalitas pelanggan?
4. Manakah di antara variabel Kualitas layanan dan Kepuasan pelanggan yang berpengaruh dominan terhadap Loyalitas pelanggan ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian antara lain :

1. Menganalisis pengaruh Kualitas layanan dan Kepuasan pelanggan secara simultan terhadap Loyalitas pelanggan.
2. Menganalisis pengaruh Kualitas layanan secara parsial terhadap Loyalitas pelanggan.
3. Menganalisis pengaruh Kepuasan pelanggan secara parsial terhadap Loyalitas pelanggan.
4. Menganalisis variabel di antara Kualitas layanan dan Kepuasan pelanggan yang berpengaruh dominan terhadap Loyalitas pelanggan.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan, hasil riset ini diharapkan bisa menjadi referensi dalam membuat kebijakan terkait dengan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.
2. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dan wawasan baru bagi peneliti selanjutnya terkait dengan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.