

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **I.I. LATAR BELAKANG**

Di era globalisasi yang semakin canggih ini kebutuhan komunikasi merupakan salah satu faktor yang sangat penting bagi hampir semua kalangan masyarakat mulai dari yang muda sampai dengan yang tua . Oleh karena itu banyak bermunculan provider-provider telepon seluler seperti xl, three, im3, simpati dan masih banyak lagi. Dengan semakin banyaknya konsumen pengguna provider membuat para operator bersaing untuk meraih pangsa pasar dengan melakukan berbagai cara mulai dari cari produk yang ditawarkan sampai dengan kualitas layanan yang semakin ditingkatkan. Banyak layanan jasa yang ditawarkan mulai dari biaya murah telepon ke sesama provider sampai dengan gratis sms setiap isi ulang pulsa Hal ini juga dilakukan oleh provider simPATI agar konsumen tidak pindah ke operator yang lainnya, simpati menawarkan berbagai pelayanan dan kemudahan kepada para konsumennya akan tetapi sudah pastikah pelanggan simpati akan tetap loyal terhadap produk tersebut. Karena tidak mudah membuat konsumen untuk loyal terhadap produk yang kita tawarkan dengan munculnya banyak alternative yang bisa dipilih yang mungkin lebih bagus dari pelayanan yang ditawarkan.

Kualitas pelayanan yang ditawarkan kepada konsumen merupakan salah satu hal yang penting bukan saja untuk menarik pelanggan yang baru tapi juga mempertahankan pelanggan yang telah ada sebelumnya, karena

lebih sulit mempertahankan konsumen yang sudah ada daripada menarik konsumen yang baru sehingga berbagai cara dilakukan agar konsumen yang telah ada tidak pergi tetapi loyal terhadap produk yang simpati tawarkan. Karena sangat sulit untuk membuat konsumen menjadi loyal terhadap suatu produk maka dari itu kualitas pelayanan sangat diperlukan dalam hal tersebut apalagi pada jaman yang sangat maju ini masyarakat sudah bisa menilai mana yang baik dan mana yang menurut mereka tidak baik. Maka dari itu simpati berusaha memberikan kualitas pelayanan yang terbaik supaya memiliki pelanggan yang loyal karena kualitas yang diberikan akan membuat konsumen berpikir kedepannya dan belum tentu juga layanan yang kita berikan sesuai dengan harapan pelanggan.

SimPATI merupakan kartu produk selular yang dikeluarkan oleh Telkomsel dan merupakan kartu Prabayar GSM isi ulang pertama yang ada di Indonesia bahkan di Asia yang diluncurkan tahun 1997 dan saat ini simPATI merupakan kartu yang paling diminati pasar dan telah digunakan lebih dari 11,9 juta pelanggan atau 45% dari pengguna kartu Prabayar di Indonesia (Telkomsel.com).

Bertepatan dengan hari pelanggan nasional, Telkomsel kembali mempertahankan posisi puncak sebagai perusahaan yang memberikan tingkat kepuasan pelanggan tertinggi dengan meraih 3 penghargaan pada ajang Indonesia Customer Satisfaction Award (ICSA) 2009, sekaligus mengukuhkan dua produk Telkomsel, yaitu simpati (kartu Prabayar) dan

kartu HALO (kartu pascabayar) sebagai kartu pilihan utama selama 10 tahun berturut-turut.

Keberhasilan mempertahankan prestasi ini membuat Telkomsel berhak memperoleh predikat tertinggi Diamond ICSA 2009. di samping simpati dan kartuHALO, Telkomsel juga meraih penghargaan untuk Telkomsel Flash sebagai layanan mobile internet yang memberikan tingkat kepuasan tertinggi

Penghargaan ICSA yang diberikan Majalah SWA senbada dan lembaga riset independent Frontier ini memasuki tahun ke-11, sehingga telah menjadi barometer tersendiri bagi produk/layanan di Indonesia dalam hal kepuasan pelanggan. Tahun ini survey dilakukan terhadap berbagai kategori yang melibatkan 1.600 responden di 6 besar di Indonesia, yakni Medan, Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya, dan Makassar.

Menurut survei lembaga independen Frontier Consulting Group dan Majalah Marketing terhadap merek-merek pilihan masyarakat untuk kategori SIM Card Prabayar, nilai TBI tertinggi diperoleh Simpati 42,9%, disusul IM3 17,9% dan Mentari 15,8%. Sedangkan untuk kategori SIM Card Pascabayar, nilai TIB tertinggi diraih Kartu Halo 63,6% dan disusul Matrix 20,8% dan XPlor 14,5%.(Jakarta , Investor Daily)

Melihat fenomena tersebut dan melihat banyaknya penghargaan yang diperoleh oleh simpati , maka penulis perlu melakukan penelitian apakah apa yang telah dilakukan dan dihasilkan serta kualitas pelayanan yang diberikan

simpati dapat membuat pelanggan loyal terhadap produk mereka ditengah ketatnya persaingan yang ada sekarang ini.

## **1.2 RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka dapat disimpulkan rumusan masalah sebagai berikut:

- Bagaimana penerapan kualitas layanan provider simpati?
- Bagaimana loyalitas pelanggan provider simpati?
- Apakah ada pengaruh yang signifikan antara tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy dengan loyalitas mahasiswa pengguna provider simpati?

## **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

- Untuk memberikan gambaran kualitas pelayanan provider simpati?
- Untuk memberikan gambaran loyalitas pelanggan provider simpati?
- Memberikan gambaran pengaruh antara tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy dengan loyalitas mahasiswa pengguna provider simpati?

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

### **1.4.1 Bagi peneliti:**

- Sebagai perbandingan antara apa yang ada dalam teori dengan kenyataan dilapangan sejalan atau tidak.

- Peneliti dapat mengetahui apakah terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dengan loyalitas mahasiswa pengguna provider simpati.

#### 1.4.2 Bagi perusahaan:

- Untuk memberikan sumbangan yang positif untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.
- Bermanfaat sebagai informasi guna meningkatkan kualitas pelayanan provider simpati.