

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semakin berkembangnya zaman, perusahaan pun semakin bertumbuh dan semakin maju begitu juga dengan pola pikir dan kebutuhan manusia. Dalam pertumbuhan suatu perusahaan tidak akan lepas dari persaingan yang ada dengan perusahaan lainnya. Maka perusahaan yang bisa bertahan di tengah persaingan membutuhkan strategi yang baik dan tepat. Sampai perusahaan tersebut dapat di katakan maju dan sukses.

Dalam tujuan yang dimiliki oleh setiap perusahaan akan ada target yang harus di capai, maupun tujuan kepada siapa dan untuk siapa perusahaan tersebut memberikan manfaat melalui produk-produk dan jasa yang dihasilkannya. Perusahaan akan mendapat respon terbaik ketika pelanggan dapat menerima dan menggunakan produk yang bermanfaat.

Suatu produk dapat dikatakan bermanfaat ketika pelanggan merasa bahwa produk yang mereka beli dan gunakan, fungsinya dapat dirasakan secara maksimal. Sebuah produk yang dapat dikatakan sebagai sebuah produk yang mempunyai kualitas yang sangat baik adalah produk yang mampu menciptakan sebuah kenyamanan bagi penggunaanya. Kotler dan Keller (2012) menyatakan maksud dari kualitas produk adalah kemampuan atau keunggulan dari suatu barang dalam memberikan sebuah hasil serta kinerja yang sangat sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pelanggan. seperti perusahaan telekomunikasi yang tidak hanya menghadirkan sebuah produk yang sesuai dengan keinginan pelanggan tetapi juga dapat menghadirkan suatu produk yang sesuai dengan kebutuhan pelanggannya.

Hal demikian dapat dilihat dengan semakin berkembangnya dan terjangkaunya alat komunikasi, perusahaan operator melihat situasi pasar dan kepentingan komunikasi yang meningkat. Maka perusahaan memberikan produk yang bermanfaat dengan harga yang terjangkau guna menghasilkan loyalitas pelanggan. Loyalitas selalu menjadi tujuan akhir dari setiap institusi. Hal ini di karenakan adanya keyakinan bahwa usaha untuk membuat pelanggan untuk tetap ada akan lebih baik dan mudah di bandingkan melakukan usaha untuk menemukan pelanggan yang baru. Maka dengan melihat situasi pasar dan kebutuhan pelanggan tersebut, perusahaan Telkomsel terus meningkatkan kualitas produknya dengan menghadirkan berbagai fitur yang akan mempermudah pelanggan dalam menggunakan berbagai layanan yang dibutuhkannya.

Pelanggan akan sangat mendapatkan perasaan puas terhadap produk yang telah digunakannya jika hasil evaluasi pelanggan tersebut dapat menunjukkan bahwa produk yang telah mereka gunakan mempunyai hasil atau kualitas yang baik serta memiliki manfaat yang baik bagi pelanggan. Produk merupakan semua hal yang bersifat mampu di pasarkan ke suatu pasar yang bertujuan agar produk tersebut bisa diperhatikan, bisa dimiliki, bisa dipakai serta bisa dikonsumsi oleh pelanggan sehingga produk tersebut akan memberikan kepuasan dan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan.

Dari suatu produk yang baik dan berkualitas, hal ini akan membuat para calon pelanggan dapat melakukan pembelian terhadap produk tersebut dibandingkan harus membeli sebuah produk atau barang sejenis dengan merek yang lain. Karena itu, sangat perlu sekali bagi seluruh perusahaan agar selalu memberikan perhatian terhadap setiap perilaku pembelian yang di lakukan dengan tujuan untuk melakukan penentuan terhadap sebuah rencana yang sangat baik agar dapat melakukan antisipasi bagi setiap rencana yang telah di tetapkan sebelumnya.

Dengan hadirnya perusahaan Telkomsel sebagai perusahaan yang bergerak di bidang operator seluler di Indonesia, kebutuhan pelanggan di bidang telekomunikasi dapat terpenuhi karena perusahaan Telkomsel memberikan keunggulan yang cukup berdampak baik bagi pelanggannya.

Semakin meningkatnya usaha dalam melakukan pengembangan perusahaan yang bergerak di bidang industri seluler di Indonesia sampai saat ini sangat memberikan dampak yang cukup baik bagi pertumbuhan ekonomi di Negara ini. Hal tersebut dapat di lihat dengan adanya sebuah persaingan yang sangat serius yang dilakukan oleh antar perusahaan operator seluler yang melakukan berbagai usaha guna untuk terus menunjukkan kinerja yang terbaik dan terus berusaha untuk dapat menunjukkan kinerja telekomunikasi yang sangat baik serta berkualitas kepada pelanggannya. Kualitas jaringan serta usaha yang dilakukan yaitu guna untuk membuat jangkauan jaringan Telkomsel semakin luas merupakan kinerja atau usaha yang sangat perlu di perhatikan oleh perusahaan operator seluler Telkomsel untuk mencapai kesuksesan bagi perusahaannya.

Salah satu faktor dalam perkembangan industri seluler juga sudah di tunjang oleh pertumbuhan industri telekomunikasi-informatika. Sehingga hal tersebut dapat meningkatkan penggunaan paket internet dan paket data, hal ini tentunya dapat membuat masyarakat dengan segmen terbawah dapat menjadi terbiasa dan menjadi tidak dapat terlepas dari kebiasaan yang dilakukan dalam menggunakan sebuah paket internet dan paket data.

Tersedianya peluang yang ada dalam pemasaran serta dalam industri yang cukup besar dan luas ini, selain fitur dan fasilitas layanan yang dapat diberikan oleh operator seluler, para operator perusahaan seluler juga berusaha untuk mengembangkan berbagai keunggulan dari jaringan Telkomsel yaitu usaha yang berbentuk pembangunan infrastruktur yang berteknologi tinggi

yang dapat membuat pelanggan mampu memakai paket internet yang sesuai dengan kebutuhannya dan dapat mengakses berbagai fitur dan aplikasi yang telah tersedia berbasis online dengan sangat cepat dan tepat.

Banyaknya variasi produk dan *brand* yang ada di pasar mampu menghasilkan berbagai keputusan untuk memilih ketika hendak melakukan kegiatan membeli suatu barang. Dimana pelanggan enggan untuk bisa membedakan sebuah produk dari kualitasnya, merek ataupun harga saja, pelanggan pun dapat melihat dari segi citra dari suatu merek yang terdapat pada sebuah produk yang digunakan pelanggan. Perkembangan pemasaran produk yang sangat pesat dapat membuat pelanggan akan mengutamakan citra dari sebuah merek di bandingkan mengamati ciri khas yang ada dari suatu produk yang di tawarkan. Hal tersebut dapat menunjukkan adanya kecenderungan dari pelanggan yang menentukan berbagai pilihan terhadap produk yang sudah di kenal dengan cukup baik melalui setiap pengalaman yang sudah mempunyai pengalaman dalam penggunaan produk ataupun melalui setiap hal yang di peroleh dari pengalaman yang ada.

Citra merek adalah sebuah bentuk usaha yang dilakukan guna untuk meningkatkan sebuah loyalitas dari pelanggan bagi produk yang telah di tawarkan, hal ini dapat dilihat dari sebuah persaingan yang terjadi antar perusahaan seperti sekarang ini, keberlangsungan perusahaan sangat ditentukan oleh sikap pelanggan yang loyal. Pelanggan adalah pengaruh yang sangat penting dan keberadaannya harus benar-benar di perhatikan dan diutamakan oleh setiap perusahaan, definisi secara sederhana bahwa seorang konsumen adalah hal yang sangat berharga sebagai penentu bagi pencapaian perusahaan dalam meraih tujuan-tujuan yang telah di tetapkan.

Seperti sekarang ini, kondisi dimana teknologi informasi mengakibatkan manusia dapat

hidup dalam hal yang dengan mudah didapatkan dalam hal memperoleh berbagai informasi yang mereka butuhkan. Informasi yang telah ada juga dapat digunakan untuk membantu dan mempermudah pelanggan dalam memenuhi setiap keinginan dan kebutuhannya.

PT. Telkomsel adalah perusahaan yang memberikan layanan berupa jasa yang sudah dapat memberikan setiap hal yang dibutuhkan serta yang diinginkan oleh pelanggan dalam berbagai macam usaha yaitu salah satunya dengan menyediakan jasa layanannya, hal tersebut juga menimbulkan sebuah penyesuaian yang baik seiring dengan kebutuhan pelanggan dan kemajuan zaman. Hingga saat ini PT. Telkomsel masih berusaha keras untuk melakukan berbagai hal atau usaha sehingga dapat memenuhi kebutuhan akan sarana telekomunikasi yang dibutuhkan oleh pelanggannya.

Jika di lihat dari segi harga yang terdapat pada produk Telkomsel, produk kartu Telkomsel ini dapat dikatakan lebih murah dengan di berlakukannya paket Telkomsel keluarga dimana pengguna kartu Telkomsel bisa mendapatkan kemudahan biaya atau harga yang lebih murah. Promosi yang dilakukan oleh PT. Telkomsel tersebut, dapat di lihat dari berbagai media cetak dan elektronik bahwa PT. Telkomsel terus melakukan inovasi guna untuk menarik perhatian dan minat beli pelanggannya dengan cara menawarkan berbagai produk yang ada dengan biaya dan promosi yang bisa menaikkan penjualan kartu Telkomsel di masa mendatang.

Produk Telkomsel telah berperan sebagai operator GSM pertama yang ada di Indonesia yang sangat bersemangat dalam usaha pengembangan jaringan 4G sampai ke penjuru negeri ini. Produk Telkomsel, dengan operator GSM, seperti kartu Simpati, Kartu As, kartu Loop, dan kartu Halo yang telah mempersiapkan berbagai macam produk yang sangat bagus dan sangat memiliki

daya tarik agar dapat menarik para pelanggannya supaya bisa bergabung dengan jaringan Telkomsel yang cepat seperti pada saat ini.

Terdapat beberapa alasan yang membuat kartu Telkomsel bisa menjadi kartu pilihan bagi banyak konsumen. Alasan yang pertama adalah, kartu Telkomsel telah memiliki banyak pelanggan. hal tersebut merupakan suatu keistimewaan yang dimiliki oleh kartu seluler ini memiliki pelanggan dalam jumlah yang sangat banyak di berbagai daerah di Indonesia.

Alasan yang kedua adalah, jaringan Telkomsel sangat luas. Salah satu alasan yang diberikan oleh pelanggan Telkomsel kenapa banyak orang memilih menggunakan kartu Telkomsel yaitu karena jaringannya yang luas, pelanggan juga dapat memanfaatkan layanan yang diberikan oleh perusahaan Telkomsel secara lebih baik dan maksimal. Alasan yang ketiga adalah kartu Telkomsel memberikan sebuah jaringan yang sangat lancar dan hal tersebut telah menjadi suatu alasan kenapa kartu Telkomsel memiliki banyak sekali pelanggan. Internet dapat dikatakan merupakan salah satu teknologi dimasa kini yang kehadirannya tidak dapat dipisahkan dari keseharian manusia. Karena dengan adanya jaringan internet yang sangat lancar, hal ini dapat membuat pekerjaan akan lebih mudah untuk diakses dan dilakukan oleh pelanggan kartu Telkomsel.

Jika terdapat suatu keistimewaan yang sangat terlihat sehingga pelanggan dapat merasakan secara langsung koneksi jaringan 3G yang masih termasuk kedalam golongan yang baru dapat memiliki keinginan untuk berpindah ke koneksi jaringan 4G karena jaringan ini merupakan jaringan yang memiliki kecepatan yang baik ketika digunakan pada saat browsing ataupun pada saat streaming. Jika dilihat dari kecepatan jaringan 3G, apabila pelanggan melakukan pembelian

paket internet 4G maka pelanggan akan mendapatkan data yang sangat cepat hingga 36 Mbps. Jika dilihat dari proses adaptasi yang dilakukan oleh kartu Telkomsel jaringan internet 4G LTE ini dinilai lebih menghasilkan jaringan yang sangat baik dan cepat dibandingkan jaringan internet yang telah ada sebelumnya. Maka dapat dikatakan bahwa jaringan Telkomsel merupakan jaringan yang paling luas di Indonesia, Layanan jaringan internet 4G LTE Telkomsel ini dapat diterapkan di frekuensi sebesar 900 MHz dengan menggunakan lebar pita sebesar 5 MHz. maka melalui penerapan frekuensi tersebut, dapat dikatakan bahwa pelayanan jaringan internet 4G Telkomsel sangat mempunyai daya yang dinilai sangat besar dan dapat menyebabkan penyebaran sinyal yang dapat sampai ke gedung serta area rumah dari daerah perkotaan hingga ke pelosok desa di Indonesia.

Telkomsel juga telah menghadirkan Bundling yaitu perangkat dengan berbagai macam bonus yang telah ditawarkan kepada pelanggan, pada saat Telkomsel mengenalkan jaringan internet 4G LTE, pada saat itu pula Telkomsel memperkenalkan serta melakukan penawaran berupa Bundling yang terdapat dalam perangkat smartphone dengan menghadirkan sebuah paket internet dari kartu Simpati yang mempunyai bervariasi bonus dan berbagai macam kejutan yang dapat membuat pelanggan sangat tertarik. Berbagai macam bonus yang telah ditawarkan oleh Telkomsel dalam sebuah program bundling yang telah direalisasikan tersebut diantaranya terdapat bonus kuota, cashback, serta akses streaming film di Moovigo.

Berdasarkan ketiga variabel tersebut yang merupakan faktor penting dalam pemasaran, yaitu variabel Kualitas Produk, variabel Citra Merek serta variabel Loyalitas Pelanggan. maka penulis akan menggali tentang ketiga variabel tersebut yang akan di tuangkan didalam penyusunan tugas akhir ini.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang telah ditetapkan di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan?
2. Apakah terdapat pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang telah ditetapkan di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang telah didapatkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat penelitian bagi perusahaan

Penelitian ini bisa digunakan sebagai referensi untuk perusahaan untuk mengambil sebuah keputusan atau kebijakan dalam mensponsori suatu event, dan upaya untuk meningkatkan minat beli pelanggan Telkomsel.

2. Manfaat penelitian bagi akademisi

Penelitian ini diharapkan bisa digunakan sebagai referensi atau pengamatan untuk akademisi serta diharapkan dapat menjadi referensi yang baik bagi penelitian yang akan dilakukan di masa yang akan datang sehingga penelitian tersebut bisa menjadi hal yang dapat mendukung dalam proses penyempurnaan serta pengembangan yang baik

dan bermanfaat bagi penulisan skripsi ini.

3. Manfaat penelitian bagi penulis

Dalam penulisan skripsi yang dilakukan ini, penulis sangat berharap bahwa Penelitian ini dapat menghasilkan sebuah pengetahuan, sebuah informasi serta pengetahuan yang baik tentang ketiga variabel dalam penelitian ini, yakni variabel Kualitas Produk, variabel Citra Merek serta variabel Loyalitas Pelanggan Telkomsel.

