

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi seperti sekarang ini kebutuhan akan layanan internet tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Hal ini dikarenakan kebutuhan manusia terhadap teknologi yang terus berkembang terutama teknologi informasi dan komunikasi yang sangat membantu dalam melakukan berbagai kegiatan sehari-hari. Tidak hanya masyarakat umum, namun berbagai sektor perusahaan juga membutuhkan layanan internet dalam menunjang tugas dan pekerjaan.

Kebutuhan terhadap layanan teknologi, informasi dan komunikasi di Indonesia khususnya di Kota Yogyakarta mengalami perkembangan yang sangat pesat. Dalam kurun waktu yang singkat, teknologi informasi dan komunikasi menjadi kebutuhan wajib setiap manusia. Banyak perusahaan yang terjun di bidang teknologi, informasi dan komunikasi untuk menarik minat pelanggan dari kondisi ini. Oleh karena itu, banyak perusahaan jasa penyedia layanan internet yang menawarkan berbagai macam bentuk layanan internet kepada masyarakat untuk menarik minat pelanggan. Perusahaan yang mengikuti perkembangan ini salah satunya adalah PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk atau lebih dikenal dengan nama Telkom. Telkom merupakan perusahaan yang besar di mana satu-satunya perusahaan di bidang teknologi, informasi dan komunikasi yang merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN).

PT. Telkom Indonesia (Tbk), yakin dapat mewujudkan kebutuhan masyarakat di seluruh Indonesia dari segi telekomunikasi. Telkom memiliki produk internet yang pertama bernama Speedy, yang sekarang di-*rebranding* menjadi IndiHome. IndiHome merupakan layanan *bundling triple play*. Perbedaan dari Speedy ke IndiHome salah satunya adalah Speedy menggunakan kabel *copper* sedangkan IndiHome menggunakan kabel serat optik sehingga memiliki kecepatan hingga 100 Mbps serta aman dari gangguan cuaca. Memiliki keunggulan yang berbeda dari kompetitor dan juga strategi yang telah dipersiapkan secara matang membuat IndiHome yakin dapat bersaing dan akan menjadi pilihan masyarakat sebagai layanan *broadband*.

Dari beberapa perusahaan jasa penyedia layanan internet di Indonesia, IndiHome masih menjadi pilihan terbanyak diantara kompetitornya. Di bawah ini merupakan hasil survey berisi daftar perusahaan jasa penyedia layanan internet di Indonesia dan persentase jumlah pelanggannya.

Tabel 1.1

Data Pelanggan Perusahaan Jasa Penyedia Layanan Internet di Indonesia

No.	Nama Perusahaan	Nilai / Persen Pelanggan
1	IndiHome	67.54
2	Firstmedia	3.88
3	MNC	2.88
4	iConnet	2.24
5	BizNet	1.52
6	Oxygen	1.04
7	Internet lokal & lainnya	12.8
8	Tidak tahu	8.11

Sumber Data: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), 2022

Kualitas layanan menjadi salah satu aspek yang sangat penting dalam bidang pelayanan jasa. Pelanggan sekarang lebih menyadari tingkat layanan yang

didapatkan yang menyebabkan perusahaan jasa penyedia layanan internet lebih memperhatikan tingkat layanan yang perusahaan berikan kepada pelanggan agar bisa mendapatkan kepuasan lebih yang dapat menyebabkan loyalitas yang lebih baik dari pelanggan. Persaingan yang luar biasa dan kualitas layanan telah menjadi prosedur periklanan dasar untuk perusahaan. Ini menunjukkan betapa pentingnya meningkatkan kualitas layanan bagi asosiasi untuk kelangsungan hidup dan perkembangan perusahaan karena hal itu memungkinkan perusahaan untuk menangani kesulitan yang mereka hadapi di pasar yang agresif.

Dalam penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu apakah korelasi dari kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kualitas layanan adalah sebuah kunci sukses perusahaan, dimana jika karyawan punya tingkat komitmen yang tinggi, maka akan membawa organisasi untuk sukses kedepannya.

Topik ini menarik untuk diteliti karena kualitas layanan masih menjadi perhatian khusus dalam sebuah perusahaan atau usaha bisnis. Dalam meningkatkan kualitas layanan perusahaan perlu diperhatikan dimensi kualitas pelayanan seperti pelayanannya, harga, pekerja dan fasilitas yang tersedia. Masih banyak perusahaan layanan jasa yang kurang memperhatikan kualitas layanannya sehingga mengakibatkan para pelanggan menjadi tidak puas dan tidak loyal.

Suatu perusahaan jasa perlu mengetahui cara yang tepat dalam memberikan layanan terbaik kepada pelanggan agar perusahaan tidak kehilangan pelanggan yang akan menurunkan laba perusahaan. Hal ini penting dikarenakan dengan kualitas layanan yang baik maka kepuasan pelanggan akan meningkat yang

berdampak pada loyalitas pelanggan pada perusahaan. Peneliti memilih topik ini agar perusahaan dapat meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan. Topik ini penting untuk perusahaan sebagai bentuk evaluasi dan pengembangan kualitas layanan perusahaan ke arah yang lebih baik.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada di atas, peneliti menentukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *internet service quality* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pelanggan internet IndiHome, Kota Yogyakarta?
2. Apakah *internet service quality* berpengaruh terhadap *customer loyalty* pelanggan internet IndiHome, Kota Yogyakarta?
3. Apakah *customer satisfaction* berpengaruh terhadap *customer loyalty* pelanggan internet IndiHome, Kota Yogyakarta?
4. Apakah *customer satisfaction* memediasi pengaruh *internet service quality* terhadap *customer loyalty* pelanggan internet IndiHome, Kota Yogyakarta?

1.3 Batasan Masalah

Peneliti membuat batasan masalah agar penelitian lebih spesifik sebagai berikut:

1. Menurut Musqari dan Huda (2016) definisi kualitas pelayanan yang sering disebut sebagai mutu pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima atau

peroleh. Menurut Tjiptono (2016) mengemukakan lima aspek yang berpengaruh atau tolak ukur dalam kualitas pelayanan, kelima aspek yang berpengaruh antara lain: kepastian, keandalan, empati, daya tanggap dan berwujud.

2. Menurut Oliver (2019) kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakannya dengan harapan, sehingga tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan, apabila harapan maka pelanggan akan kecewa.
3. Menurut Kotler dan Keller (2013), loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa terpilih secara konsisten di masa yang akan datang.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh *internet service quality* terhadap *customer satisfaction* pelanggan IndiHome, Kota Yogyakarta
2. Untuk menganalisis pengaruh *internet service quality* terhadap *customer loyalty* pelanggan IndiHome, Kota Yogyakarta.
3. Untuk menganalisis pengaruh *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* pelanggan IndiHome, Kota Yogyakarta.

4. Untuk menganalisis peran mediasi *customer satisfaction* pada pengaruh *internet service quality* terhadap *customer loyalty* pelanggan IndiHome, Kota Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat, yaitu:

1. Manfaat teoritis:

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan ide atau pemikiran secara teoritis bagi peneliti-peneliti selanjutnya terkait peran kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan.

2. Manfaat praktis:

- a. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pedoman bagi perusahaan sebagai wawasan maupun pengetahuan terkait dengan peran kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan.
- b. Hasil penelitian ini dapat menambah wawasan bagi peneliti terkait peran kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan.

1.6 Sistematika Laporan

Sistematika laporan terdiri dari 5 (lima) bab yakni sebagai berikut.

BAB I Pendahuluan

Pada bab ini berisi gambaran penelitian secara umum yang disajikan pada latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika laporan.

BAB II Tinjauan Pustaka

Pada bab ini berisi uraian teori yang mendasari permasalahan penelitian yaitu *customer satisfaction*, *internet service quality*, dan *customer loyalty*. Bab ini juga menyajikan penelitian terdahulu yang menjadi pedoman penelitian, kerangka penelitian, dan hipotesis.

BAB III Metode Penelitian

Pada bab ini mencakup penjelasan lokasi penelitian, populasi dan sampel, metode pengambilan sampel, data penelitian, metode pengumpulan data, instrumen penelitian, metode pengujian instrumen, serta metode analisis data.

BAB IV Analisis dan Pembahasan

Pada bab ini berisi karakteristik responden, hasil pengujian instrumen berupa uji validitas dan uji realibilitas, analisis statistik deskriptif, regresi linier berganda, uji F dan uji t serta diakhiri dengan pembahasan. Hasil penelitian yang dibahas adalah perhitungan hasil penelitian yang telah diolah menggunakan metode yang tepat untuk menjelaskan dan membuktikan hipotesis.

BAB V Penutup

Bab ini berisi mengenai kesimpulan dari hasil penelitian yang diperoleh dari analisis serta pembahasan, implikasi manajerial, keterbatasan penelitian, dan saran yang diberikan oleh peneliti.

