

BAB I

PENDAHULUAN

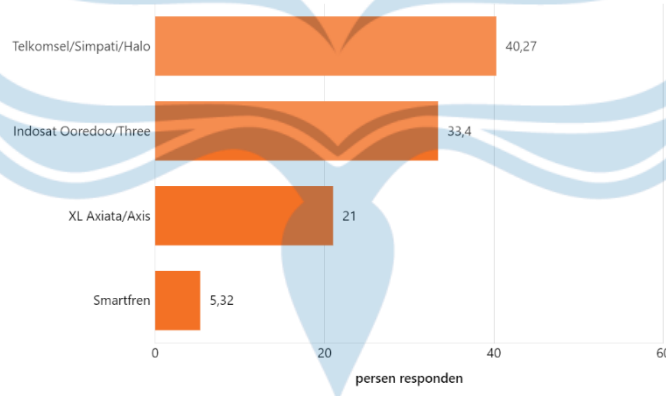
1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi di bidang telekomunikasi sudah semakin maju seiring berjalannya waktu. Telekomunikasi adalah teknik pengiriman atau penyampaian informasi jarak jauh yang bisa berupa tulisan, suara, gambar, ataupun objek lainnya. Di era digital ini, perkembangan teknologi telah memberikan pelanggan lebih banyak pilihan dalam memilih penyedia layanan telekomunikasi. Pelanggan memiliki ekspektasi yang semakin tinggi terhadap kualitas layanan, kenyamanan, dan pengalaman pengguna. Salah satu perusahaan yang memiliki peran besar dalam menyediakan layanan telekomunikasi adalah PT Telkomsel. Sebagai salah satu penyedia layanan telekomunikasi terkemuka di Indonesia, Telkomsel memiliki tantangan yang besar dalam menjaga serta meningkatkan kepuasan pelanggan dan membangun loyalitas pelanggan. Dalam situasi ini, Telkomsel perlu mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat mempertahankan loyalitas pelanggan di tengah persaingan yang semakin ketat (Satria, 2021).

Keberhasilan suatu perusahaan dalam mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk dan layanan yang ditawarkan, tetapi juga oleh sejumlah faktor lain yang mempengaruhi persepsi dan kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini, pengalaman pelanggan, kualitas produk, kualitas layanan merupakan aspek – aspek yang sangat penting dalam menciptakan kesan positif pada para pelanggan (Rianto et al., 2022). Penting untuk memahami pengaruh pengalaman pelanggan, kualitas produk, kualitas layanan, kepuasan pelanggan serta, E-WOM terhadap loyalitas pelanggan menjadi landasan utama untuk penelitian ini. Dengan demikian, tujuan penelitian ini adalah mendalami dan menganalisis sejauh mana pengalaman pelanggan, kualitas

produk, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap Keputusan pelanggan untuk tetap menggunakan layanan Telkomsel.

Telkomsel merupakan perusahaan yang menyediakan layanan telekomunikasi yang memiliki pangsa pasar yang besar di Indonesia, terutama di Jawa Tengah. Telkomsel memiliki pasar yang besar karena mempunyai beberapa keunggulan seperti koneksi internet yang stabil dengan cakupan area yang luas dan tersebar di seluruh Indonesia. Menurut survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), Telkomsel merupakan operator seluler yang paling banyak digunakan di dalam negeri pada tahun 2023 (databoks.katadata.co.id tahun 2023). Oleh karena itu, penelitian ini di harapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam memberikan wawasan lebih mendalam tentang bagaimana perusahaan Telkomsel dapat meningkatkan Tingkat kepuasan pelanggan serta memperkuat loyalitas pelanggan di Tengah persaingan yang sengit (Permatasari & Tjahjaningsih, 2022).

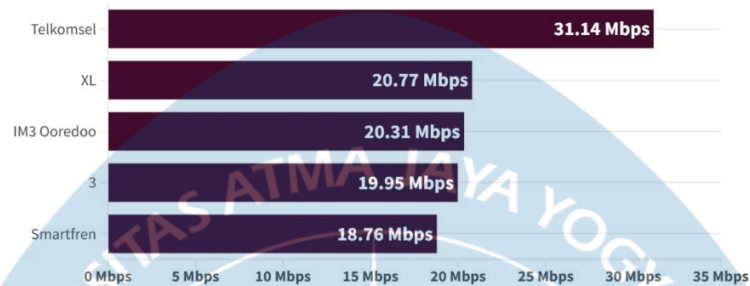


Gambar 1.1. Data pengguna operator selular di Indonesia

Sumber: databoks.katadata.co.id

Selain itu, angka ini akan terus bertambah karena Telkomsel memiliki kualitas produk yang lebih baik dari pesaingnya dengan mempertahankan kecepatan jaringan internetnya. Pada awal tahun 2024,

Telkomsel menjadi operator selular dengan jaringan internet tercepat. Dengan hal ini, pengguna Telkomsel dapat mempertahankan pelanggan, bahkan menambah jumlah pelanggannya (goodstats.id tahun 2024).



Gambar 1.2. Data kecepatan jaringan operator selular di Indonesia

Sumber: goodstats.id

Di samping itu, hasil dari penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan rekomendasi kepada manajemen Telkomsel untuk meningkatkan strategi pemasaran, pengelolaan pengalaman pelanggan, dan peningkatan kualitas produk dan layanan guna memperkuat hubungan dengan pelanggan dan mencapai tujuan jangka panjang perusahaan tersebut. Dengan demikian, penelitian ini akan memiliki nilai strategis dalam konteks pengembangan bisnis perusahaan telekomunikasi di Indonesia.

Berdasarkan penelitian Manyanga et al (2022), variabel pengalaman pelanggan, kepuasan dan E-WOM berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini mengadaptasi penelitian dari Manyanga et al (2022) dan Mulady & Sumadi (2023) dengan menambahkan variabel kualitas produk dan kualitas layanan untuk semakin memahami faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan Telkomsel. Peneliti tidak menambahkan variabel harga dan inovasi karena harga dan inovasi yang dilakukan antara perusahaan Telkomsel dan kompetitornya memiliki kemiripan, sehingga konsumen tidak merasakan perbedaannya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti menemukan beberapa inti masalah. Yaitu :

1. Apakah pengalaman pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
3. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
4. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
5. Apakah E-WOM berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menguji pengaruh pengalaman pelanggan terhadap loyalitas pelanggan
2. Menguji pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan
3. Menguji pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan
4. Menguji pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan
5. Menguji pengaruh E-WOM terhadap loyalitas pelanggan

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Bagi Perusahaan

Penelitian ini bermanfaat untuk membantu perusahaan dalam menganalisis apa yang mempengaruhi pelanggan, agar pelanggan dapat memiliki loyalitas terhadap layanan dan produk dari perusahaan.

1.4.2 Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini bermanfaat bagi penelitian selanjutnya untuk memahami faktor apa saja yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Sehingga, dapat membantu peneliti lain yang ingin meneliti variabel pengalaman pelanggan, kualitas produk, kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan E-WOM terhadap loyalitas pelanggan.

1.5 Sistematika Penelitian

Penelitian ini terdiri dari 5 bab yang dapat dijelaskan secara singkat sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan

Bab I membahas mengenai latar belakang dan urgensi penelitian. Bagian ini mencakup penjelasan mengenai permasalahan yang akan diteliti, tujuan dari penelitian tersebut, manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian, dan penjelasan mengenai susunan atau struktur proposal.

BAB II Tinjauan Pustaka

Bab II berisikan teori-teori mendasar yang berguna mendukung penelitian yang akan dilakukan. Bab ini mencakup pengertian dan definisi dari konsep-konsep yang relevan dengan penelitian.

BAB III Metodologi Penelitian

Bab III menyajikan tentang cara yang akan digunakan dalam penelitian, termasuk ruang lingkup penelitian, cara pengambilan sampel, metode pengumpulan data, Teknik pengukuran data, uji coba instrumen, serta metode analisis data yang diterapkan.

BAB IV Hasil dan Pembahasan

Bab IV memuat hasil dan analisis yang digunakan untuk meneliti semua variabel yang terdapat dalam penelitian. Bab ini juga akan memaparkan temuan utama dari penelitian secara sistematis dan terstruktur.

BAB V Penutup

Bab V mencakup kesimpulan dari data yang telah dianalisis, implikasi manajerial, keterbatasan penelitian, dan saran sebagai penutup dalam penelitian.

