

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam era globalisasi ini komunikasi menjadi hal yang sangat penting bagi manusia. Hal ini menyebabkan banyak perusahaan penyedia jasa telekomunikasi bersaing untuk menyediakan pelayanan yang terbaik bagi para pengguna. Persaingan dilakukan dengan tujuan agar perusahaan tersebut dapat terus bertahan dan dapat meraih loyalitas pelanggan. (Kotler, Hayes dan Bloom dalam Ahmad Mardalis, 2004) menyebutkan terdapat enam alasan mengapa suatu perusahaan perlu mendapatkan loyalitas pelanggan. *Pertama:* pelanggan yang ada lebih prospektif, artinya pelanggan loyal akan memberi keuntungan besar bagi institusi. *Kedua:* biaya mendapatkan pelanggan baru jauh lebih besar berbanding menjaga dan memepertahankan pelanggan yang ada. *Ketiga:* pelanggan yang sudah percaya pada institusi dalam suatu urusan akan percaya juga dalam urusan lainnya. *Keempat:* biaya operasi institusi akan menjadi lebih efisien bila memiliki banyak pelanggan loyal. *Kelima:* Institusi dapat mengurangi biaya psikologis dan sosial dikarenakan pelanggan lama telah mempunyai banyak pengalaman positif dengan institusi. *Keenam:* pelanggan loyal akan selalu membela institusi bahkan berusaha pula untuk menarik dan memberi saran kepada orang lain untuk menjadi pelanggan.

Berdasarkan enam alasan diatas, maka suatu perusahaan perlu mengerti faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, sehingga perusahaan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

Pada perusahaan penyedia jasa telekomunikasi loyalitas pelanggan dapat dipengaruhi oleh banyak faktor mungkin dari segi pelayanan *customer service*, jaringan komunikasi, harga, atau lain-lain. Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang telekomunikasi adalah PT. Exelcomindo Pratama yaitu penyedia layanan komunikasi suara, data, dan layanan seluler lainnya melalui Solusi Konsumer dan Solusi Korporat. XL adalah perusahaan layanan seluler swasta pertama di Indonesia. Dalam menjalankan sarana komunikasi, XL berusaha untuk meningkatkan loyalitas pelanggannya dengan berbagai layanan jasa yang ditawarkan. Salah satu contohnya adalah peluncuran Program Kejutan 28 (<http://www2.kompas.com>) "Program Kejutan 28 merupakan program retensi bagi para pengguna bebas dan jempol berupa pemberian bonus pulsa dan juga undian untuk mendapatkan ribuan ponsel Nokia tipe 5200".

Berbagai usaha XL dalam meningkatkan loyalitas pelanggan, ternyata kurang tepat sasaran atau tidak sesuai dengan harapan pelanggan. Hal dapat dilihat dari salah satu kritikan pelanggan (<http://suratpembaca.net>) "Terkesan XL tidak berusaha menjaga loyalitas pelanggan lamanya, tetapi malah sibuk mencari pelanggan baru".

Berdasarkan permasalahan di atas penulis ingin mengidentifikasi faktor apa sajakah yang mempengaruhi

pelanggan untuk loyal dalam menggunakan provider XL. Hal ini ditujukan supaya layanan jasa yang diluncurkan XL untuk meningkatkan loyalitas, tepat sasaran atau sesuai harapan pelanggan. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan bagi perusahaan untuk meningkatkan faktor-faktor yang memberi dampak positif pada loyalitas sehingga loyalitas pelanggan meningkat.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada maka permasalahan yang akan dibahas adalah faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi loyalitas pelanggan XL.

1.3. Tujuan Penelitian

Mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan XL.

1.4. Batasan Masalah dan asumsi

1.4.1 Batasan

Agar penelitian yang akan dilakukan tidak terlalu luas dan sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai, maka ditetapkan beberapa batasan masalah:

- a. Objek pengamatan dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan layanan komunikasi solusi konsumen XL, yaitu Pelanggan yang menggunakan produk layanan GSM baik prabayar bebas, jempol dan pascabayar Xplor.
- b. Pengambilan data dilakukan di XL Center yang beralamat di Jl. Mangkubumi Yogyakarta.

1.4.2 Asumsi

Agar penelitian yang akan dilakukan lebih jelas dan terarah maka perlu dikemukakan beberapa asumsi terhadap masalah yang akan diteliti antara lain sebagai berikut :

- a. Variabel-variabel yang diteliti dirumuskan dalam kuesioner dan dianggap sesuai dengan penelitian yang dilakukan
- b. Jawaban yang diberikan responden terhadap pertanyaan yang diajukan mempresentasikan kondisi yang sebenarnya.

1.5. Metodologi Penelitian

1.5.1. Tahap Metodologi Penelitian

a. Tahap Persiapan

Tahap ini merupakan tahap pencarian dan perumusan masalah yang akan diangkat menjadi topik dalam penulisan tugas akhir.

b. Tahap Pengumpulan data

1. Studi pendahuluan

Mengumpulkan informasi awal mengenai latar belakang masalah melalui internet, buku-buku dan wawancara.

2. Studi literatur

Mengumpulkan literatur mengenai loyalitas pelanggan, analisa multirate (analisa faktor)

3. Pembuatan dan penyebaran kuesioner

Pembuatan kuesioner dan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan.

c. Tahap Analisis

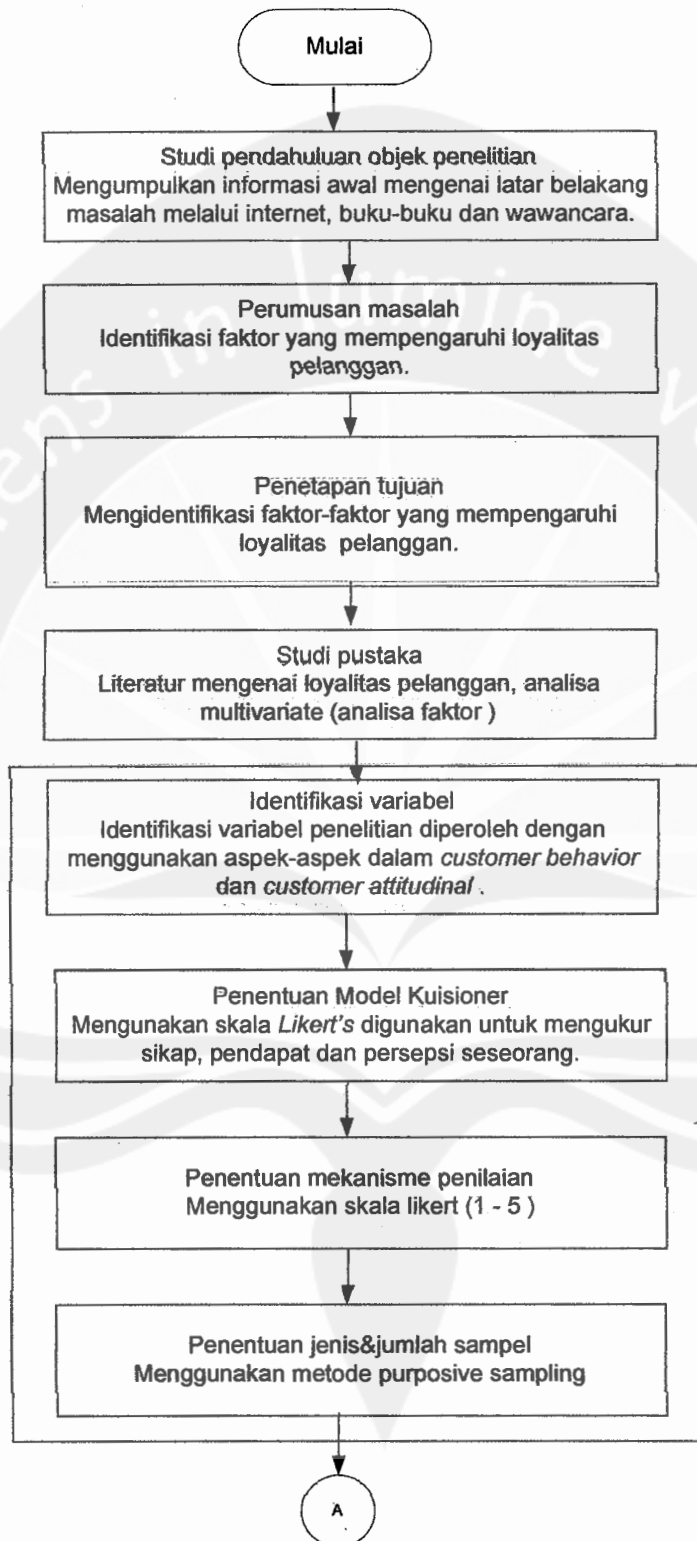
Analisis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Melakukan uji kecukupan data, uji validitas dan reabilitas terhadap kuesioner pendahuluan.
2. Melakukan pengolahan data hasil jawaban responden dengan metode analisa faktor. Pengolahan data menggunakan software SPSS 12 for windows.

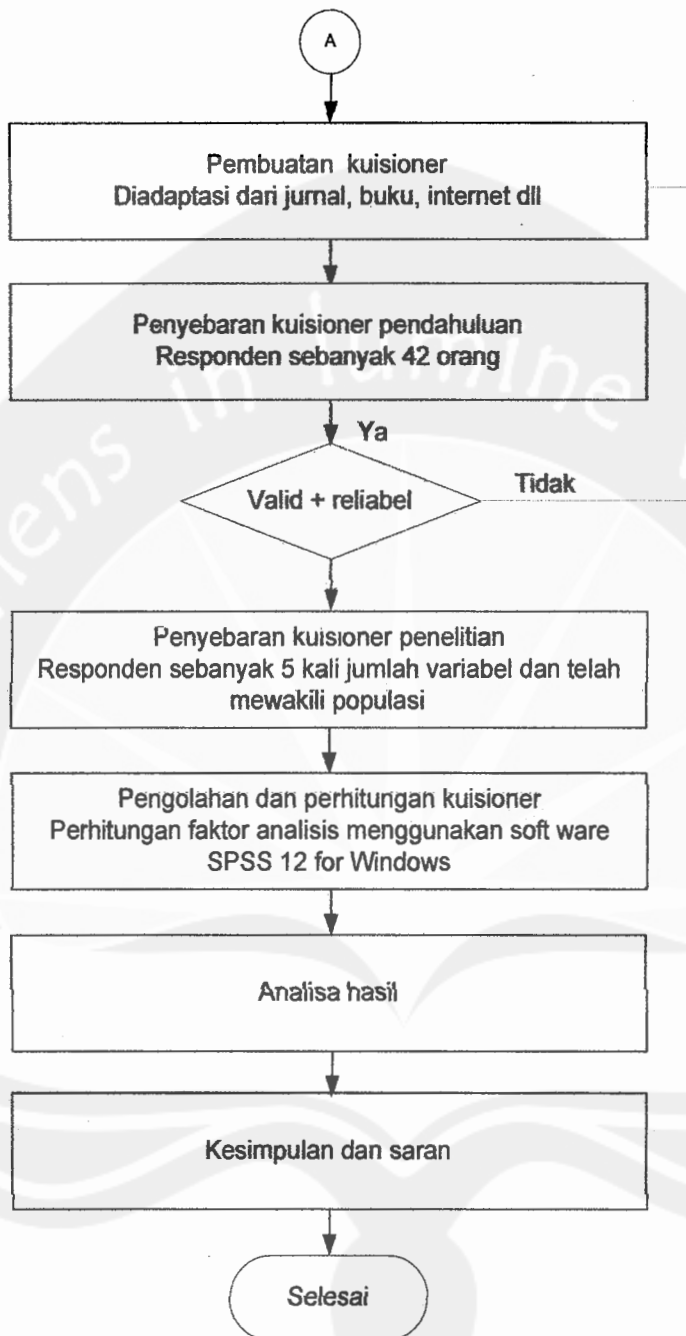
1.5.2. Metode Pengambilan Sampel

Adapun teknik pemilihan sampel adalah *Purposive sampling* merupakan metoda Pengambilan unit yang dilakukan dengan sengaja, dengan catatan bahwa sampel yang diambil tersebut telah mewakili. Agar sampel yang diambil dapat mewakili maka dalam penelitian ini diambil sampel para pelanggan XL dan sedang menggunakan produk-produk XL dan berdomisili di Yogyakarta. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental sampling* yaitu pelanggan XL yang ditemui secara kebetulan di lokasi penelitian yaitu XL center dan memakai provider XL.

1.5.3. Tahapan Penelitian



Gambar.1.1. Tahapan Penelitian



Gambar.1.1. Tahapan Penelitian (lanjutan)

1.6. Sistematika Penulisan

BAB 1. PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan, batasan masalah, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini dijelaskan secara garis besar mengenai perbandingan hasil penelitian yang dahulu dengan peneliti sekarang.

BAB 3. LANDASAN TEORI

Dalam bab ini berisi tentang teori-teori mengenai loyalitas, aspek-aspek yang digunakan untuk mengidentifikasi variabel, metode analisa faktor dan cara pengolahan datanya yang digunakan untuk mendukung penelitian ini.

BAB 4. DATA DAN ANALISA DATA

Berisi tentang data dari perusahaan dan data hasil perhitungan jawaban responden yang diolah dengan uji validitas, uji reabilitas, uji kecukupan data dan metode analisis faktor.

BAB 5. PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang pembahasan mengenai analisis data yang diperoleh dari hasil pengolahan data.

Bab 6. KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang ringkasan hasil penelitian yang merupakan jawaban tujuan penelitian dan saran-saran yang ada.

