

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini perindustrian di bidang jasa dan perdagangan semakin marak berkembang. Setiap bentuk usaha saling bersaing untuk memberikan kualitas produk dan jasa yang baik. Konsumen sebagai pengguna produk dan jasa semakin selektif di dalam memilih produk dan jasa dengan kualitas terbaik.

Telekomunikasi dengan menggunakan telepon seluler (*mobile phone*) atau yang lebih dikenal dengan istilah *handphone*, saat ini sudah dikenal dan dimanfaatkan oleh masyarakat luas. Jumlah pelanggan dari jasa telekomunikasi ini banyak dan berasal dari berbagai lapisan masyarakat. Pengguna jasa layanan dari perusahaan telekomunikasi seluler atau *provider seluler* selain memanfaatkan jasa telekomunikasi, tentu saja juga memperhatikan pelayanan yang diberikan. Pengertian dari pelayanan itu sendiri adalah menyediakan produk dan jasa yang tepat dan saat yang tepat dengan penyajian yang tepat dan dengan media yang tepat serta dengan menggunakan pesan yang tepat dan menarik (Tjiptono, 2001:41). Untuk kualitas jasa didefinisikan sebagai pandangan konsumen terhadap hasil perbandingan ekspektasi konsumen dengan kenyataan yang diperoleh dari pelayanan (Wiratno, 1998). Kualitas jasa ini akan menjadi ukuran bagi kepuasan konsumen. Dari pelayanan yang

diberikan oleh perusahaan telekomunikasi seluler, para pengguna akan menilai kualitas yang diberikan. Penilaian dari pengguna tersebut baik secara langsung ataupun tidak langsung akan mempengaruhi keinginan pengguna untuk tetap terus menggunakan jasa layanan komunikasi dari perusahaan telekomunikasi seluler atau *provider seluler* yang sudah dipakai saat ini.

Customer retention dipengaruhi oleh *service quality* (kualitas layanan), *Price perception* (persepsi terhadap harga), dan *customer indifference* (pengguna tidak dapat membedakan produk satu dengan produk lain yang sejenis) dari pengguna memoderasi hubungan tersebut (Ranaweera,2003). Hal tersebut telah diteliti pada tahun 2003 oleh Chatura Ranaweera dan Andy Neely di negara Inggris mengenai pengaruh beberapa moderasi pada hubungan *service quality* dan *customer retention* dengan melakukan *survey* pada pengguna telepon di Inggris. Penelitian ini menyatakan bahwa *service quality* memiliki hubungan linear dengan *customer retention*. *Price perception* dan *customer indifference* juga memiliki hubungan linear dengan *customer retention*. Selain itu, *price perception* dan *customer indifference* juga menjadi variabel pemoderasi pada hubungan linear antara pengaruh *service quality* terhadap *customer retention*.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Chatura Ranaweera dan Andy Neely tersebut membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian tersebut di kota Yogyakarta. Penulis ingin meneliti apakah pengaruh *service quality* terhadap *customer retention* dimoderasi oleh *price perception* dan *customer indifference* pada mahasiswa pelanggan telekomunikasi seluler di Yogyakarta

I.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka beberapa pokok permasalahan yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Apakah *service quality* berpengaruh terhadap *customer retention*?
2. Apakah *price perception* dan *customer indifference* mempengaruhi hubungan *service quality* terhadap *customer retention*?

I.3. Batasan Masalah

Agar permasalahan yang diteliti dapat mengarah pada tujuan yang diharapkan maka diperlukan pembatasan masalah. Adapun batasan masalahnya sebagai berikut:

1. Objek penelitian adalah para mahasiswa pelanggan telekomunikasi seluler di Yogyakarta.
2. Kuesioner yang digunakan pada penelitian ini diadopsi dari jurnal Chatura Ranaweera dan Andy Neely (2003).
3. Model penelitian yang digunakan untuk masalah yang diteliti adalah dengan menggunakan analisis regresi dengan variabel pemoderasi.

I.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh *service quality* terhadap *customer retention*.
2. Menganalisis pengaruh *price perception* dan *customer indifference* sebagai variabel pemoderasi pada hubungan pengaruh *service quality* terhadap *customer retention*.

I.5. Manfaat Penelitian

Penelitian diharapkan dapat menambah informasi dan wawasan kepada perusahaan yang bergerak dalam bidang industri telekomunikasi seluler, yang berkaitan dengan pengaruh *service quality* terhadap *customer retention* dengan *price perception* dan *customer indifference* sebagai variabel pemoderasi. Pemahaman tersebut akan sangat bermanfaat untuk mengevaluasi kualitas pelayanan yang telah ada dan sebagai masukan di dalam meningkatkan kualitas pelayanan untuk ke depannya dengan juga memperhatikan *price perception* dan *customer indifference* dari pengguna.