

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pengaruh globalisasi kini tidak dapat di hindari lagi. Salah satunya ialah di bidang teknologi, Saat ini teknologi sudah sangat melekat pada kehidupan manusia. Perkembangan teknologi saat ini menjadi salah satu aspek yang dapat di katakan paling berpengaruh pada setiap aktivitas, tindakan bahkan perilaku manusia. Segala sesuatu hampir selalu di dasarkan pada teknologi, sehingga di zaman modern ini manusia sangat bergantung pada teknologi. Salah satu contohnya yaitu perkembangan teknologi di bidang telekomunikasi.

Teknologi telekomunikasi berkembang sangat pesat, misalnya telepon genggam (*handphone*). Telepon genggam biasa kini telah di kembangkan menjadi telepon pintar (*smartphone*) yang memiliki fitur-fitur yang sangat canggih dan lengkap. Dahulunya *smartphone* merupakan alat telekomunikasi yang sangat mahal dan mewah. Akan tetapi karena persaingan yang terjadi dalam industri *smartphone* ini semakin ketat, menyebabkan para produsen mengeluarkan *smartphone-smartphone* dengan fitur-fitur yang sangat canggih namun dengan harga yang terjangkau. Fenomena tersebut menyebabkan *smartphone* di zaman modern ini tidak lagi menjadi hal yang sangat mahal dan hampir setiap orang pun memilikinya. Berkembangnya industri telekomunikasi di Indonesia ini, memberikan dampak positif bagi perekonomian Indonesia. Kalau di zaman dulu, orang-orang harus menempuh jarak yang jauh dan waktu yang cukup lama untuk mengirim pesan, sekarang di era teknologi komunikasi yang modern, tidak di butuhkan waktu yang lama untuk dapat menyampaikan pesan kepada orang lain. Hanya dengan hitungan menit bahkan detik, pesan yang ingin disampaikan dapat diterima. *Handphone* adalah salah satu alat komunikasi yang dapat di gunakan untuk mengirim pesan, baik

berupa lisan maupun tulisan dengan waktu yang sangat singkat. Peluang inilah yang dilihat oleh para penyedia operator seluler untuk mengembangkan usahanya. Saat ini sudah beberapa operator seluler yang didirikan di Indonesia. Dengan demikian persaingan pun sudah semakin ketat. Produsen harus berlomba-lomba untuk meningkatkan kualitas layanan dan kualitas produknya.

Kartu seluler merupakan produk yang dikeluarkan oleh operator telekomunikasi dan kartu seluler di kenal oleh masyarakat Indonesia sejak lama sebagai alat komunikasi yang hanya dapat di gunakan pada ponsel/*handphone*.

Kartu prabayar khususnya kartu paket internet untuk sekarang memiliki banyak varian harga sesuai dengan kualitas yang disediakan. Teknologi dalam dunia internet terus berkembang, hingga kini jaringan internet yang memiliki daya akses tercepat ialah jaringan 4G LTE, 4G LTE adalah singkatan atau kepanjangan dari *Fourth Generation Long Term Evolution* yang merupakan generasi keempat dari standar teknologi informasi dan komunikasi, dimana generasi – generasi sebelumnya dikenal dengan sebutan EDGE (2G) dan HSPA (3G).

Berkaitan dengan hal tersebut, bisnis operator kartu seluler prabayar juga semakin berkembang dan semakin menjanjikan, karena tanpa kartu seluler *smartphone* tidak dapat berfungsi dengan baik sebab alat telekomunikasi ini pada dasarnya difungsikan dengan kartu seluler. Seperti yang kita ketahui, di Indonesia terdapat beberapa operator seluler yang menyediakan jasa sinyal telekomunikasi dan jaringan internet. Operator – operator seluler ternama diantaranya Smartfren, XL Axiata, Tri, Indosat Ooredoo dan Telkomsel. Perkembangan teknologi ini pun sangat mempengaruhi persaingan perusahaan-perusahaan operator seluler tersebut.

Telkomsel merupakan operator seluler yang memiliki jumlah pelanggan terbanyak di Indonesia. Kualitas produk yang di tawarkan kartu prabayar Telkomsel di antaranya memiliki kualitas jaringan yang bagus, terdapat *customer servis* di setiap daerah yaitu Grapari dan tersedianya bermacam bonus pilihan telepon dan sms maupun internet. Selain itu tersedianya bermacam jenis pilihan paket data internet yang cocok untuk konsumen kalangan menengah. kartu simPATI Telkomsel yang termasuk dalam kartu seluler Telkomsel masuk dalam Top Brand Award. Apalagi kartu simPATI Telkomsel menduduki urutan pertama yang artinya produk kartu simPATI adalah produk terbaik yang selalu dicari dan dibeli konsumen. Kartu

simPATI Telkomsel memperoleh peringkat teratas mencerminkan adanya kepuasan dan kepercayaan para pengguna telepon terhadap produk dan layanan simPATI Telkomsel.

Telkomsel memiliki komitmen untuk menghadirkan layanan mobile lifestyle unggulan sesuai dengan perkembangan zaman dan kebutuhan pelanggan. Telkomsel menghadirkan teknologi agar bangsa Indonesia dapat menikmati kehidupan yang lebih baik di masa mendatang dengan tetap mendukung pelestarian negeri.

Situasi persaingan yang semakin ketat antara perusahaan atau institusi penyedia produk ini juga menyebabkan perusahaan sulit untuk meningkatkan jumlah pelanggannya. Terdapat banyak produk di berbagai pasar dengan bermacam keunggulan serta nilai lebih yang di tawarkan oleh para pesaing, sehingga sulit bagi perusahaan untuk merebut pangsa pasar pesaing, Selain itu untuk memasuki pasar baru memerlukan biaya cukup besar. Oleh karena itu alternatif yang lebih baik adalah melakukan berbagai upaya untuk mempertahankan pasar yang sudah ada, salah satunya adalah melalui usaha untuk memberikan kepuasan bagi konsumen. Telkomsel siap melakukan lompatan besar dalam evolusi telekomunikasi selular yang sejalan dengan perubahan gaya hidup. Jaringan Telkomsel menghadirkan dunia dengan konektivitas tanpa batas, ragam aplikasi untuk memfasilitasi gaya hidup modern serta rangkaian produk untuk meningkatkan kualitas hidup manusia. Layanan multimedia dengan teknologi terdepan membuka 3 peluang kreatif yang memperkaya sendi-sendi kehidupan bangsa Indonesia

Kualitas produk merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing. Oleh karena itu perusahaan berusaha memfokuskan pada kualitas produk dan membandingkan dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan asing. Hal ini secara tidak langsung menandakan bahwa produk yang baik ialah produk yang dapat yang memiliki kualitas yang baik pula, sehingga dalam hal ini akan menciptakan kepuasan bagi pengguna produk tersebut. Kepuasan pelanggan sangat tergantung pada bagaimana tingkat kualitas produk yang ditawarkan. Jika kualitas suatu produk dapat memenuhi keinginan konsumen maka kepuasan tersebut akan lebih mudah dicapai (Kotler dan Armstrong, 2008).

Berikut merupakan jumlah pengguna operator seluler di Indonesia.

Tabel 1.2 Jumlah pengguna operator seluler Tahun 2018

No	Operator seluler	Jumlah pengguna (juta jiwa)
1	Telkomsel	140
2	Indosat Ooredoo	101
3	Tri	42
4	XL Axiata	13
5	Smartfren	5,8

Sumber:www.selular.id,2018

Berdasarkan Tabel 1.2 mengindikasikan bahwa jumlah pelanggan smartfren semakin menurun yaitu sebesar 5,8 juta pengguna dengan kata lain jumlah ini mencakup setengah dari total konsumen atau pengguna Smartfren, yang artinya Smartfren telah kehilangan setengah pelanggannya. Hal ini menunjukkan bahwa minat konsumen terhadap Smartfren semakin berkurang, dimana hal ini memberikan sebuah pertanyaan yaitu bagaimana loyalitas pelanggan dari operator seluler Smartfren ini.

Selain faktor kualitas produk, harga juga menjadi salah satu faktor utama yang menentukan loyalitas pelanggan. Aspek lain yang perlu diperhatikan dalam memperhatikan keputusan pembelian ialah harga.

Harga adalah jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk produk itu. Jadi jika harga tersebut dapat mencerminkan nilai kualitas dari suatu produk, dengan kata lain adanya kesesuaian antara harga dengan kualitas produk maka dapat mendorong loyalitas akan dicapai oleh pelanggan (Kotler dan Armstrong, 2008).

Harga juga merupakan suatu nilai uang yang telah ditentukan oleh suatu perusahaan sebagai suatu imbalan barang ataupun jasa yang didagangkan serta sesuatu yang lainnya yang diadakan kartu prabayar Telkomsel dengan tujuan memuaskan keinginan dari konsumen. Dari sudut pandang konsumen, harga umumnya dipergunakan sebagai suatu indikator nilai apabila harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan dari suatu barang ataupun jasa. Agar dapat sukses dalam memasarkan suatu barang atau jasa, setiap perusahaan harus menetapkan harganya secara tepat.

Harga jual Kartu prabayar Telkomsel sesuai dengan manfaat yang dirasakan oleh pelanggan dan harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini mengandung implikasi agar Kartu prabayar Telkomsel tetap menjaga harga jual produknya. Artinya dengan kualitas yang baik dan dengan harga yang tidak terlalu mahal jika dibandingkan dengan harga jual produk sejenis

dari perusahaan kompetitor, hal ini dapat menjaga dan meningkatkan loyalitas pelanggan yang dimiliki Kartu Prabayar Telkomsel.

Promosi merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Promosi adalah mengkomunikasikan informasi antara penjual dan pembeli potensial atau orang lain dalam saluran untuk mempengaruhi sikap dan perilaku (Canon, Perreault dan McCarthy, 2009).

Promosi yang sesuai dengan kartu Telkomsel yang dilakukan oleh perusahaan yaitu dengan adanya promosi yang berupa periklanan, promosi penjualan dan hubungan masyarakat. Setiap promosi yang dilakukan oleh perusahaan diharapkan dapat memberikan informasi yang jelas kepada masyarakat dengan harapan dapat mempengaruhi minat beli dari masyarakat (Amanah, 2017).

Promosi dapat menimbulkan loyalitas pelanggan, karena dengan promosi dapat mengenalkan kartu Prabayar Telkomsel kepada konsumen dan membuat konsumen menyukai produk tersebut sehingga meningkatkan loyalitas pelanggan kartu Prabayar Telkomsel. Suatu hal yang penting bagi suatu perusahaan untuk memiliki pelanggan yang loyal pada produk mereka. Pelanggan yang loyal akan memberikan pemasukan yang besar bagi perusahaan, sedangkan kehilangan pelanggan yang loyal maka akan menjadi suatu hal yang merugikan perusahaan.

Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian utama yang konsisten. Pelanggan yang loyal biasanya tidak lagi mempertimbangkan faktor-faktor yang berpengaruh dalam penentuan pilihan seperti tingkat harga, kualitas, jarak dan atribut lainnya, karena telah tertanam dalam dirinya bahwa produk/jasa yang akan dibeli telah memenuhi kebutuhan dan harapan (Tjiptono, 2008).

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan loyalitas pelanggan adalah kesetiaan seseorang pada suatu barang atau jasa tertentu dan konsumen yang sudah loyal pada suatu produk akan memberikan keuntungan yang berlipat ganda pada perusahaan. Komitmen yang diberikan konsumen pada produk tersebut membuat kelebihan yang diberikan pesaing tidak menjadi hal yang bisa merubah pendapatnya mengenai produk tersebut. Selain itu konsumen yang loyal akan menjadi duta promosi secara tidak langsung kepada konsumen lain.

Berdasarkan alasan di atas penulis tertarik untuk melakukan suatu penelitian dengan judul: “Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap loyalitas pelanggan pengguna kartu prabayar Telkomsel di Kabupaten Dairi Sumatera Utara.”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan di atas, maka permasalahan yang diangkat ialah sebagai berikut.

1. Apakah kualitas produk memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan pengguna kartu prabayar Telkomsel di Kabupaten Dairi Sumatera Utara?
2. Apakah harga memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan pengguna kartu prabayar Telkomsel di Kabupaten Dairi Sumatera Utara?
3. Apakah promosi memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan pengguna kartu prabayar Telkomsel di Kabupaten Dairi Sumatera Utara?
4. Apakah kualitas produk, harga dan promosi secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan pengguna kartu prabayar Telkomsel di Kabupaten Dairi Sumatera Utara?

1.3. Ruang Lingkup Masalah

Adapun ruang lingkup dalam penelitian ini adalah pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap loyalitas pelanggan pengguna kartu prabayar Telkomsel di kabupaten dairi sumatera utara.

1. Variabel bebas : Kualitas produk (X1), Harga (X2) dan promosi (X3)
2. Variabel terikat : Loyalitas pelanggan (Y)
3. Objek penelitian : Jalan HKBP II, kab. Dairi, Kota Sidikalang, Bupati Eddy Keleng Berutu dan Wakil Bupati Jimmy Andrea Lukita Sihombing
4. Tahun penelitian : 2022 – 2023

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pengguna kartu prabayar Telkomsel di Kabupaten Dairi Sumatera Utara.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pengguna kartu prabayar Telkomsel di Kabupaten Dairi Sumatera Utara.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh promosi terhadap loyalitas pelanggan pengguna kartu prabayar Telkomsel di Kabupaten Dairi Sumatera Utara.

4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap loyalitas pelanggan pengguna kartu prabayar Telkomsel di Kabupaten Dairi Sumatera Utara.

1.5. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini ialah sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis

Bagi peneliti: penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan pengetahuan dalam bidang pemasaran serta memberikan pengetahuan lebih mengenai pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap loyalitas pelanggan pengguna kartu prabayar Telkomsel.

Bagi penelitian selanjutnya penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian berikutnya untuk melakukan penelitian sejenis.

2. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi sumber informasi atau bahan masukan bagi perusahaan dengan tujuan untuk menetapkan kebijakan harga sesuai dengan keadaan pasar, meningkatkan promosi serta mempertimbangkan kualitas produk yang baru untuk kartu prabayar Telkomsel.

1.6. Originalitas

Penelitian ini merupakan reprodusi dari penyusunan sebelumnya dengan judul "*kualitas produk, harga dan kualitas layanan, pengaruh terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar TRI di kelurahan wawalintouan tandano barat*" Berdasarkan penelitian di atas, adanya perbedaan dengan penyusunan sebelumnya sebagai berikut:

1. Mempergunakan variabel bebas kualitas produk, harga dan kualitas layanan sedangkan penelitian ini menambahkan variabel promosi, alasan peneliti menambahkan promosi karena promosi bertujuan untuk mengkomunikasikan produk dengan benar kepada konsumen agar dapat mendengar, melihat, tertarik dan membeli produk kita dan selanjutnya mau dan mampu merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli produk kita.
2. Dan objek penelitian, penelitian terdahulu objeknya pada pembelian pengguna kartu prabayar TRI di kelurahan Wawalintouan tandano barat, sedangkan pada penelitian ini dilakukan pada pengguna kartu prabayar Telkomsel di Kabupaten Dairi Sumatera Utara.
3. Periode penelitian terdahulu adalah tahun 2015 sedangkan periode penelitian sekarang ialah 2023.