

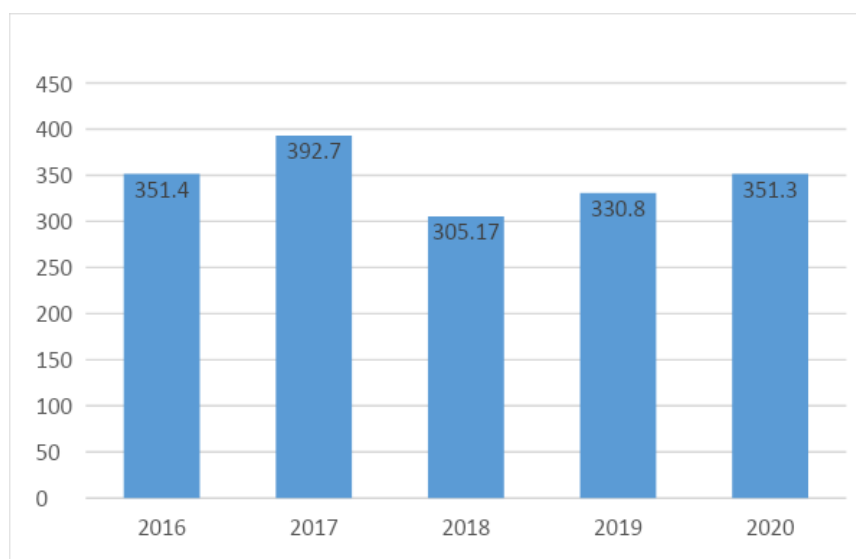
BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Di era globalisasi ini pertumbuhan teknologi sangat cepat khususnya pada bidang telekomunikasi. Penggunaan media telekomunikasi sangat signifikan membantu manusia berinteraksi dan menyampaikan informasi tanpa bertemu langsung. Kebutuhan manusia akan penggunaan media telekomunikasi saat ini menjadi kebutuhan dasar dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Melansir dari *kontan.co.id* kebutuhan akan akses internet meningkat tajam khususnya pada internet rumahan serta data lewat telepon seluler mulai tahun 2020. peningkatan pada akses internet ini disebabkan oleh adanya aktivitas berbasis *online* atau *virtual* seperti kebijakan WFH “*work from home*” dan aktifitas pembelajaran jarak jauh, kegiatan virtual ini mulai diterapkan awal tahun 2020 bertepatan dengan munculnya penyebaran virus covid-19 di Indonesia.

Gambar 1. Jumlah Pelanggan Seluler 2016-2020



Sumber: *Databoks.co.id*

Telkomsel merupakan perusahaan telekomunikasi yang berdiri sejak tahun 1995. Sebagai perusahaan telekomunikasi milik negara telkomsel telah

Muhammad Rikza Fauzi Syahmi, 2021

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN KARTU SELULER
TELKOMSEL MELALUI KEPUASAN PELANGGAN**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi S1 Manajemen
[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

memberikan akses jaringan telekomunikasi di seluruh wilayah Indonesia secara konsisten (*Telkomsel.com*). Telkomsel juga merupakan perusahaan telekomunikasi seluler dengan jumlah pengguna terbanyak di Indonesia.

Penggunaan kartu seluler setiap tahun mengalami perkembangan yang sangat pesat. Berdasarkan data diatas jumlah pelanggan seluler di Indonesia berfluktuasi dari tahun 2016 sampai dengan 2020. Sejak 2016 pengguna seluler di Indonesia selalu meningkat hingga mencapai angka tertinggi ditahun 2017 sebanyak 392,7 juta pengguna. Di 2018 mengalami penyusutan secara drastis menjadi 305,17 juta pengguna dikarenakan adanya beberapa faktor yaitu, kebijakan registrasi kartu seluler prabayar, perang harga antara perusahaan telekomunikasi dan penurunan kualitas layanan. Mengutip dari laman *tekno.kompas.com*, Direktur utama Telkomsel yaitu Ririek Adriansyah menyatakan “ ada beberapa faktor yang mempengaruhi penurunan jumlah pengguna kartu seluler diantaranya kebijakan pemerintah terkait registrasi kartu seluler prabayar, perang tarif harga layanan dan penurunan kualitas layanan”. selanjutnya Ririek menambahkan “ Kebijakan registrasi kartu prabayar tersebut memiliki dampak negatif untuk jangka pendek namun berdampak positif untuk jangka panjang seperti meningkatkan loyalitas konsumen terhadap kartu selulernya”. Pada tahun 2019 jumlah pengguna operator seluler di Indonesia mulai meningkat dari tahun sebelumnya menjadi 330,8 juta pelanggan dan kembali meningkat di tahun 2020 menjadi 351,3 juta pelanggan dikarenakan kebijakan pemerintah untuk melakukan aktivitas secara virtual guna menekan penyebaran Virus Covid-19.

Tabel 1. Jumlah Pengguna Operator Seluler

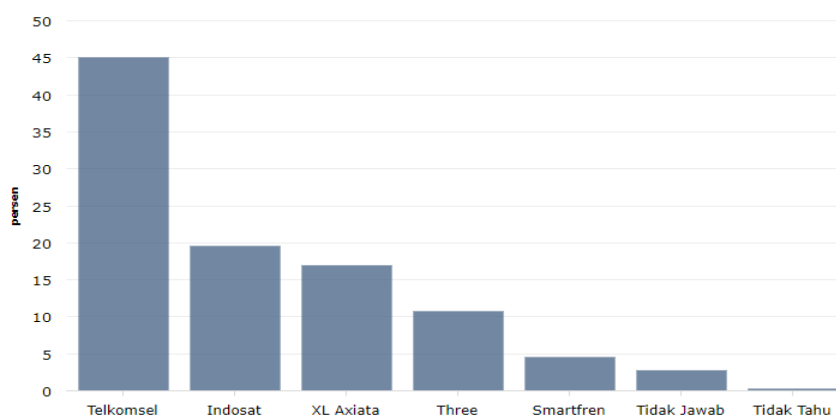
Jumlah Pengguna Operator Seluler di Indonesia					
Operator	2016	2017	2018	2019	2020
Telkomsel	157,4	178	163	171,1	170,1
Indosat oredoo	80,5	96,4	58	59,3	60,4
Tri	55,5	56,8	17	30,4	38
XL Axiata	46	50,5	54,9	56,7	56,8
Smartfren	12	11	12,27	13,3	26
Jumlah	351,4	392,7	305,17	330,8	351,3

Sumber: Data diolah, 2021

Menurut data diatas yakni jumlah *user* kartu seluler menghadapi fluktuasi dari tahun 2016 sampai September 2020. Telkomsel memiliki pengguna yang jauh lebih tinggi secara signifikan dibanding dengan operator lainnya. Pengguna telkomsel mencapai angka tertinggi pada tahun 2017 sebanyak 178 juta pengguna dan terendah ditahun 2016 sebanyak 157,4 juta pengguna. Pada tahun 2018 pengguna Telkomsel menurun secara signifikan menjadi 163 juta pelanggan dan mulai meningkat di tahun 2019 menjadi 171,1 juta pelanggan. Kebijakan aktivitas secara virtual dari pemerintah berdampak pada penurunan jumlah pelanggan Telkomsel di tahun 2020 menjadi 170,1 juta pelanggan. Dari pemaparan yang sudah dijelaskan bisa ditarik kesimpulan yakni mayoritas masyarakat indonesia memilih telkomsel sebagai kartu selulernya.

Menurut hasil survey yang dilakukan oleh (APJII, 2020) atau Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia pada november 2020 kepada 7000 responden menyatakan bahwa sebesar 45,1% pengguna internet menggunakan telkomsel sebagai operator selulernya untuk berinternet melalui ponsel, selanjutnya peringkat kedua adalah indosat dengan perolehan 19,5%, diikuti XL axiata sebagai operator seluler terbanyak digunakan untuk berinternet melalui ponsel ketiga sebesar 16,9% , lalu peringkat keempat ditempati oleh operator seluler Three sebesar 10,8% dari total responden, terakhir ditempati operator smartfren sebesar 4,6%.

Gambar 2. Data Operator Seluler Yang Digunakan Untuk Berinternet



Sumber: Databoks.co.id

Persentase tersebut menunjukkan hasil tertinggi diperoleh Telkomsel yang mengartikan Telkomsel adalah kartu seluler yang paling diandalkan oleh

mayoritas pengguna kartu seluler untuk berinternet, hal ini sejalan dengan pertumbuhan pengguna kartu seluler di Indonesia dari tahun ke tahun yang menampilkan telkomsel sebagai kartu seluler dengan pengguna terbanyak di Indonesia setiap tahunnya.

Banyak aspek yang mempengaruhi pelanggan untuk memilih kartu seluler salah satunya merupakan aspek harga, berikut ini adalah tabel perbandingan harga paket internet beberapa provider.

Tabel 2. Perbandingan Harga Paket Internet

Perbandingan Harga Kuota Internet		
Telkomsel	Internet OMG! 17 GB	Rp. 114.000,-
	Internet OMG! 10 GB	Rp. 89.000,-
	Internet OMG! 4.5 GB	Rp. 39.000,-
Indosat Ooredoo	Freedom U 3 GB + 15 GB	Rp. 60.000,-
	Freedom U 2 GB + 7.5 GB	Rp. 40.000,-
	Freedom U 1 Gb + 4.5 GB	Rp. 25.000,-
XL Axiata	Xtra Combo lite 25 GB	Rp.105.000,-
	Xtra Combo lite 13 GB	Rp.68.000,-
	Xtra Combo lite 7 GB	Rp.45.000,-

Sumber: Data diolah peneliti, 2021

Dari pemaparan data diatas dapat dilihat bahwa telkomsel menyajikan pilihan paket internet dengan harga yang lebih tinggi dibanding dengan dua provider pesaingnya. Sebagai contoh untuk harga paket internet telkomsel OMG 17 GB dibandrol dengan harga Rp.114.000,- selisih Rp. 54.000,- rupiah dengan paket internet indosat Freedom U 3 GB + 15 Gb seharga Rp. 60.000,- , dan juga memiliki selisih harga Rp. 9.000,- dengan paket internet XL Xtra Combo lite 25 Gb yang memiliki selisih kuota internet 8 Gb lebih banyak disbanding dengan paket telkomsel OMG. Menurut (Muhammad et al., 2019) daripada para provider pesaingnya, Telkomsel menawarkan harga tertinggi untuk pilihan paket internetnya namun dilin sisi Telkomsel selalu mempunyai pelanggan yang menggunakan kartu selulernya dalam jangka waktu pemakaian yang lama hingga bertahun-tahun hingga memiliki tingkat loyalitas yang tinggi kepada provider Telkomsel.

Menurut (Kotler & Keller, 2016) Menyatakan Harga merupakan uang yang ditagihkan atas pertukaran dengan konsumen yang ingin memperoleh atau

menikmati manfaat atas suatu produk ataupun jasa. Harga mempunyai peran yang penting kepada kesetiaan konsumen jika tinggi nya harga yang telah diresmikan suatu perusahaan hendak mempengaruhi kesetiaan konsumen bila harga tersebut sudah pantas dengan mutu yang diberikan (Andriani, 2020). Namun hal tersebut tidak searah dengan riset yang dicoba (Lestari, 2019), menyatakan kalau harga tidak berpengaruh kepada kesetiaan konsumen, bila harga yang ditawarkan terlalu tinggi dengan mutu yang sebanding dengan pesaing, namun pesaing mampu memberikan harga lebih rendah.

Menurut (Winarno et al., 2018) Kualitas Produk merupakan kapasitas dari suatu produk untuk menampilkan fungsi serta kinerjanya secara menyeluruh meliputi keandalan, kemudahan penggunaan, perbaikan dan waktu dalam penggunaan. Menurut (Nopriani, 2017) mengungkapkan salah satu cara perusahaan agar mampu memenangi persaingan dan sukses di pasar adalah dengan mempertahankan pelanggan dan menciptakan loyalitas, agar tujuan tersebut bisa tercapai perusahaan harus menawarkan produk serta pelayanan yang sesuai dengan kemauan pelanggan dengan kualitas produk yang sepadan. Berikut merupakan gambar data penghargaan pengalaman seluler di Indonesia terkait kualitas produk:

Gambar 1. Data Penghargaan Pengalaman Seluler Indonesia, Juli 2020

Penghargaan Pengalaman Seluler, Indonesia					
OPENSIGNAL					
July 2020, Indonesia Report					
	Indosat	XL	Smartfren	Telkomsel	3
Pengalaman Video				WINNER	
Pengalaman Game Seluler					WINNER
Pengalaman Aplikasi Suara				WINNER	
Pengalaman Kecepatan Pengunduhan				WINNER	
Pengalaman Kecepatan Pengunggahan				WINNER	
Ketersediaan 4G			WINNER		
Pengalaman Cakupan 4G				WINNER	

Sumber: Opensignal.com

Berdasarkan gambar diatas, dari hasil analisis yang dilakukan oleh opensignal dalam hal penghargaan pengalaman seluler konsumen di indonesia hingga juli 2020, Telkomsel menempati peringkat teratas dalam lima dari tujuh penghargaan yaitu pada penghargaan pengalaman video terbaik, pengalaman

Muhammad Rikza Fauzi Syahmi, 2021

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN KARTU SELULER TELKOMSEL MELALUI KEPUASAN PELANGGAN

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi S1 Manajemen
 [www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

aplikasi suara terbaik, pengalaman kecepatan pengunduhan terbaik dan pengalaman cakupan jaringan 4G terbaik di Indonesia. Sedangkan operator seluler Three menempati peringkat teratas penghargaan pengalaman game seluler terbaik, lalu operator smartfren menempati peringkat terbaik dalam hal ketersediaan 4G. Operator seluler Indosat oredoo dan XL Axiata tidak mendapatkan peringkat teratas dari ketujuh penghargaan pengalaman seluler tersebut. Namun hasil yang berbeda terjadi pada survei selanjutnya.

Gambar 2. Data Penghargaan Pengalaman Seluler Indonesia, Desember 2020

Penghargaan Pengalaman Seluler, Indonesia						
OPENSIGNAL						
Desember 2020, Indonesia Report						
	1	2	3	4	5	6
	Indosat	XL	Smartfren	Telkomsel	Three	3
Pengalaman Video				WINNER		
Pengalaman Game Seluler					WINNER	
Pengalaman Aplikasi Suara					WINNER	
Pengalaman Kecepatan Pengunduhan				WINNER		
Pengalaman Kecepatan Pengunggahan				WINNER		
Ketersediaan 4G			WINNER			
Pengalaman Cakupan 4G				WINNER		

Sumber: Opensignal.com

Pada survei yang dilakukan oleh Opensignal hingga Desember 2020, menunjukkan bahwa Telkomsel mengalami penurunan kualitas terbukti dalam penghargaan pengalaman seluler Desember 2020. Telkomsel mengalami kekalahan pada pengalaman pengguna dalam hal pengalaman aplikasi suara yang pada survei sebelumnya dimenangi oleh Telkomsel namun pada survei terakhir di 2020 dimenangi oleh provider Three, selain itu Telkomsel juga masih belum mampu meraih penghargaan pengalaman seluler dalam hal pengalaman ketersediaan jaringan 4G dan juga dalam penghargaan pengalaman pengguna dalam bermain game seluler, secara keseluruhan dalam survei Desember 2020 ini provider Telkomsel tetap menguasai penghargaan pengalaman seluler dengan menempati peringkat teratas dalam empat dari tujuh penghargaan. Oleh karena itu, diperlukannya peningkatan kualitas produk Telkomsel guna menjaga dan meningkatkan kesetiaan konsumen. Tentang ini searah dengan riset yang dicoba oleh (Muhammad et al., 2019), bahwa variabel kualitas produk mempengaruhi loyalitas pelanggan yang dipengaruhi oleh beberapa faktor.

Loyalitas konsumen juga bisa dipengaruhi sebab kepuasan pelanggan. Menurut (Tjiptono, 2012), Kepuasan pelanggan dapat diartikan dengan pengalaman yang pelanggan rasakan ketika segala keinginan dan kebutuhannya akan suatu produk atau jasa telah terwujud sesuai harapan. Kepuasan konsumen mampu membagikan beberapa khasiat untuk industri seperti memberi pengaruh kesetiaan konsumen serta menumbuhkan sikap toleransi harga khususnya agar pelanggan mau membayar dengan harga premium dan tidak mudah beralih ke penawaran pesaing. Perihal ini searah dengan riset (Novandy & Rastini, 2018) yang menyatakan kalau kebahagiaan konsumen mempengaruhi pada kesetiaan konsumen secara signifikan yang menggambarkan jika pelanggan mendapatkan kepuasan atas produk atau jasa yang diterima maka dapat menjadi acuan tindakan pelanggan untuk menjadi loyal kepada perusahaan.

Dari latar belakang diatas dapat dilihat Telkomsel memiliki pengguna terbanyak selama beberapa tahun terakhir walaupun telkomsel menawarkan rata-rata harga paket internet yang lebih mahal dibandingkan pesaingnya, selain itu Telkomsel juga mengalami penurunan dalam survei penghargaan pengalaman seluler selama tahun 2020 yang dilakukan oleh Opensignal . Berdasarkan fenomena yang ada penulis tertarik guna melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu Seluler Telkomsel Melalui Kepuasan Pelanggan”**.

I.2 Rumusan Masalah

Bersumber pada latar belakang yang sudah dijelaskan hingga dapat disimpulkan perumusan permasalahan dari riset ini adalah sebagai berikut:

- a. Apakah harga mempengaruhi pada kepuasan pelanggan telkomsel?
- b. Apakah kualitas produk mempengaruhi pada kepuasan pelanggan telkomsel?
- c. Apakah harga mempengaruhi pada loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan telkomsel?
- d. Apakah kualitas produk mempengaruhi pada loyalitas pelanggan lewat kepuasan pelanggan telkomsel?
- e. Apakah kepuasan pelanggan mempengaruhi pada loyalitas pelanggan Telkomsel?

I.3 Tujuan Penelitian

Bersumber pada rumusan masalah yang sudah dijabarkan, hingga tujuan dari riset ini ialah:

- a. Mengetahui, menganalisa serta membuktikan hubungan Harga terhadap kepuasan pelanggan telkomsel.
- b. Mengetahui, menganalisa dan membuktikan hubungan Kualitas Produk pada kepuasan pelanggan telkomsel.
- c. Mengetahui, menganalisa serta membuktikan hubungan Harga pada loyalitas/kesetiaan pelanggan melalui kepuasan pelanggan telkomsel.
- d. Mengetahui, menganalisa dan membuktikan hubungan Kualitas Produk pada loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan telkomsel.
- e. Mengetahui, menganalisa serta membuktikan hubungan kepuasan pelanggan pada loyalitas pelanggan telkomsel.

I.4 Manfaat Penelitian

- a. Aspek Teoritis

Bagi Pembaca diharapkan hasil riset ini bisa dijadikan sarana menaikkan wawasan serta pengetahuan dibidang manajemen pemasaran khususnya dalam perihal pengaruh Harga serta Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.

- b. Aspek Praktis

- 1) Bagi penelitian selanjutnya

Diharapkan dapat jadi rujukan untuk riset berikutnya alhasil dapat mengembangkan penelitian khususnya bertema pengaruh harga serta kualitas produk kepada loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

- 2) Secara praktis

Riset ini diharapkan bisa membagikan manfaat untuk pelaku bisnis khususnya bisnis provider telekomunikasi dalam penyesuaian harga dan kualitas produk untuk tingkatan kepuasan serta loyalitas pelanggan.