

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Persaingan dunia bisnis pada saat ini sangatlah ketat, di mana tingkat mobilitas yang tinggi serta perkembangan teknologi yang sangat pesat. Teknologi merupakan sebuah kemajuan bagi kalangan manusia di seluruh dunia. Kehidupan manusia tidak bisa lepas dari peran teknologi yang semakin hari semakin canggih, maju, dan makin meringankan pekerjaan manusia.

Teknologi yang paling berkembang pesat saat ini adalah ponsel pintar atau yang biasa dikenal dengan *smartphone*. Berbagai macam merek melakukan berbagai inovasi untuk memberikan penawaran-penawaran terbaik dengan bermacam variasi Sistem Operasi diantaranya Apple, Android, Microsoft.

Perkembangan jaringan telekomunikasi dan teknologi saat ini mengalami kemajuan yang sangat cepat. Berbagai macam fasilitas teknologi telekomunikasi terus dikembangkan agar pengguna dapat melakukan komunikasi suara, data, dan grafik / gambar. Kebutuhan akan komunikasi grafik dan gambar membutuhkan kecepatan data yang semakin tinggi

sehingga harus didukung oleh sistem yang handal agar dapat memberikan kualitas layanan dengan baik.<sup>1</sup>

Internet merupakan perkembangan dari teknologi yang sudah tidak asing lagi bagi seluruh manusia di dunia saat ini. Internet merupakan jaringan yang terdiri dari miliaran komputer yang ada di seluruh dunia. Internet melibatkan berbagai jenis komputer serta topologi jaringan yang berbeda.<sup>2</sup> Internet sendiri menggunakan jaringan sinyal telekomunikasi.

Pada era yang sekarang ini, internet bagaikan kebutuhan yang wajib kita penuhi. Menurut lembaga riset pasar *e-Marketer*, populasi pengguna internet Tanah Air mencapai 83,7 juta orang pada 2014. Angka yang berlaku untuk setiap orang yang mengakses internet setidaknya satu kali setiap bulan itu mendudukkan Indonesia di peringkat ke-6 di dunia dalam hal jumlah pengguna internet. Secara keseluruhan, jumlah pengguna internet di seluruh dunia diproyeksikan bakal mencapai 3 miliar orang pada 2015. Tiga tahun setelahnya, pada 2018, diperkirakan sebanyak 3,6 miliar manusia di bumi bakal mengakses internet, setidaknya sekali tiap satu bulan.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Academia, “Perkembangan Smartphone dan Sejarah Berdiri Apple.inc by Gadgetfrontal.com”

[http://www.academia.edu/7277830/Perkembangan\\_Smartphone\\_dan\\_Sejarah\\_Berdiri\\_Apple\\_inc\\_by\\_Gadgetfrontal.com](http://www.academia.edu/7277830/Perkembangan_Smartphone_dan_Sejarah_Berdiri_Apple_inc_by_Gadgetfrontal.com) (Diakses pada tanggal 28 Maret 2016)

<sup>2</sup> Termasmedia, “Pengertian Internet” <http://www.termasmedia.com/65-pengertian/71-pengertian-internet.html> (Diakses pada tanggal 28 Maret 2016)

<sup>3</sup> Kompas.com, “Pengguna Internet Indonesia Nomor Enam Dunia” <http://tekno.kompas.com/read/2014/11/24/07430087/pengguna.internet.indonesia.nomor.enam.dunia>, (Diakses pada 28 Maret 2016)

Top 25 Countries, Ranked by Internet Users, 2013-2018						
millions						
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1. China*	620.7	643.6	669.8	700.1	736.2	777.0
2. US**	246.0	252.9	259.3	264.9	269.7	274.1
3. India	167.2	215.6	252.3	283.8	313.8	346.3
4. Brazil	99.2	107.7	113.7	119.8	123.3	125.9
5. Japan	100.0	102.1	103.6	104.5	105.0	105.4
6. Indonesia	72.8	83.7	93.4	102.8	112.6	123.0
7. Russia	77.5	82.9	87.3	91.4	94.3	96.6
8. Germany	59.5	61.6	62.2	62.5	62.7	62.7
9. Mexico	53.1	59.4	65.1	70.7	75.7	80.4
10. Nigeria	51.8	57.7	63.2	69.1	76.2	84.3
11. UK**	48.8	50.1	51.3	52.4	53.4	54.3
12. France	48.8	49.7	50.5	51.2	51.9	52.5
13. Philippines	42.3	48.0	53.7	59.1	64.5	69.3
14. Turkey	36.6	41.0	44.7	47.7	50.7	53.5
15. Vietnam	36.6	40.5	44.4	48.2	52.1	55.8
16. South Korea	40.1	40.4	40.6	40.7	40.9	41.0
17. Egypt	34.1	36.0	38.3	40.9	43.9	47.4
18. Italy	34.5	35.8	36.2	37.2	37.5	37.7
19. Spain	30.5	31.6	32.3	33.0	33.5	33.9
20. Canada	27.7	28.3	28.8	29.4	29.9	30.4
21. Argentina	25.0	27.1	29.0	29.8	30.5	31.1
22. Colombia	24.2	26.5	28.6	29.4	30.5	31.3
23. Thailand	22.7	24.3	26.0	27.6	29.1	30.6
24. Poland	22.6	22.9	23.3	23.7	24.0	24.3
25. South Africa	20.1	22.7	25.0	27.2	29.2	30.9
<b>Worldwide***</b>	<b>2,692.9</b>	<b>2,892.7</b>	<b>3,072.6</b>	<b>3,246.3</b>	<b>3,419.9</b>	<b>3,600.2</b>

Note: individuals of any age who use the internet from any location via any device at least once per month; \*excludes Hong Kong; \*\*forecast from Aug 2014; \*\*\*includes countries not listed  
Source: eMarketer, Nov 2014

### Gambar I.1

#### 25 Negara Penggunaan Internet dari 2013-2018

Sumber: Kompas.com (<http://goo.gl/LzHk8j>/ diakses pada tanggal 28 Maret 2016)

Semakin hari kegunaan internet di dunia maupun di Indonesia cukup beragam, baik dalam bidang komunikasi, bisnis, akademis, organisasi dan lain-lain.<sup>4</sup> Untuk pendidikan, kita dapat dengan mudah mencari buku-buku yang kita butuhkan di internet, mulai dari cara memasak, membuat kerajinan, belajar tentang politik dan masih banyak lagi. Kita juga bisa mendapatkan informasi dibidang pendidikan di internet. Berita terbaru, kita tak perlu lagi menunggu berita yang disiarkan di televisi, radio atau koran-koran. Dengan adanya internet kita bisa dengan mudah mencari berita yang terbaru di Indonesia bahkan di seluruh dunia. Untuk berbisnis, melalui internet kita bisa dengan mudah membeli atau menjual barang yang kita inginkan. Kita tinggal menuju situs-situs berbelanja *online* untuk mencari barang-barang apa saja yang kita inginkan. Sedangkan di sisi penjual, kita bisa menawarkan produk kita tanpa harus memiliki toko di dunia nyata, cukup mengunggah foto

<sup>4</sup> AMIK Mitra Gama, "Manfaat Internet Dalam Kehidupan Sehari hari" <http://fadetrachmadi-031.blogspot.co.id/2014/09/manfaat-internet-dalam-kehidupan-sehari.html> (Diakses pada tanggal 28 Maret 2016)

produk kita di situs-situs berbelanja *online* atau membuat situs sendiri untuk mempromosikan produk jualan kita.

Gudangnya informasi, dengan internet kita bisa menggunakan mesin pencari untuk mencari informasi yang kita butuhkan. Seperti mencari video, musik, gambar, *file* dan masih banyak lagi. Kita bisa dengan leluasa mendapatkan informasi karena penyebaran informasi semakin cepat. Lalu untuk berkomunikasi, dengan banyaknya situs-situs sosial media dan membuat kita bisa dengan mudah berkomunikasi dengan keluarga, teman atau rekan kerja kita meskipun lokasinya berjauhan.

Di era globalisasi saat ini, banyak sekali *provider* yang menyediakan jaringan sinyal internet. Semakin kekinian dari masing-masing *provider* berlomba-lomba menyediakan jaringan yang tercepat termasuk di Indonesia, salah satunya Simpati dari Telkomsel.

Sejak berdiri pada tahun 1995, Telkomsel secara konsisten melayani negeri, menghadirkan akses telekomunikasi kepada masyarakat Indonesia yang tersebar dari Sabang sampai Merauke. Saat ini Telkomsel adalah operator selular terbesar di Indonesia dan memiliki jaringan terluas yang mampu menjangkau lebih dari 95% populasi Indonesia di seluruh penjuru Nusantara untuk melayani kebutuhan komunikasi berbagai lapisan masyarakat mulai dari kawasan perkotaan, ibukota kecamatan, daerah perintis, hingga desa perbatasan negeri, baik di gugusan pulau kecil ataupun di hutan pedalaman.

Saat ini dunia semakin terhubung, dan pertukaran informasi terjadi amat cepat. Kebutuhan komunikasi tidak lagi sebatas suara dan SMS, namun juga dalam format lainnya seperti video dan foto. Kebutuhan masyarakat akan layanan data dan *broadband* (pita lebar) akan terus berkembang dalam beberapa tahun ke depan. Untuk memberikan layanan yang prima kepada masyarakat di dalam menikmati gaya hidup digital (*digital lifestyle*), Telkomsel turut membangun ekosistem digital di tanah air melalui berbagai upaya pengembangan DNA (*Device, Network dan Applications*), yang diharapkan akan mempercepat terbentuknya masyarakat digital Indonesia.

Telkomsel pun secara konsisten mengimplementasikan *roadmap* teknologi selular, mulai dari 3G, HSDPA, HSPA+, serta menjadi yang pertama meluncurkan secara komersial layanan mobile 4G LTE di Indonesia yang akan memberikan pelanggan akses yang lebih cepat di dalam menikmati layanan data serta memungkinkan penerapan teknologi selular dalam skala yang lebih besar, seperti untuk pengembangan kota pintar (*smart city*).<sup>5</sup>

Telkomsel kembali menyabet penghargaan untuk ke-tujuh kalinya dalam ajang *Top Brand Award* yang diadakan Majalah Marketing dan *Frontier Consulting Group* di Hotel Mulia Jakarta, Rabu 5 Januari 2014. Di ajang ini Telkomsel berhasil mendapat empat penghargaan, antara lain *Best Mobile Internet Service Provider* untuk Telkomsel *Flash*, *Best Prepaid Cellular*

---

<sup>5</sup> Telkomsel "*History & Milestones*" <http://www.telkomsel.com/history--milestones> (Diakses pada tanggal 1 April 2016)

*Simcard* untuk simPATI, *Best Postpaid Cellular Simcard* untuk kartuHalo, dan *Best Internet Service Provider* untuk Telkomsel.<sup>6</sup>

**Tabel I.1**  
Top Brand Index 2015 Fase 1  
Kategori: Telekomunikasi/ IT

SIMCARD PRABAYAR			ISP MOBILE		
Merek	TBI	TOP	Merek	TBI	TOP
Simpati	34,6%	TOP	Smartfren	21,4%	TOP
XL Prabayar	14,1%	TOP	Simpati	19,2%	TOP
IM3	14,0%	TOP	Indosat M2	11,5%	TOP
Kartu AS	10,1%		Tri '3'	11,1%	
Tri '3'	9,0%		Bolt	2,1%	
Axis	6,9%				

Sumber: Top Brand Award (<http://goo.gl/ArXc5d>/ diakses pada tanggal 28 Maret 2016)

Walaupun simPATI telah mendapatkan penghargaan *TOP Brand*, simPATI masih banyak mengalami masalah dari mulai kualitas layanan, seperti dilansir pada laman *mention Twitter* dan kolom komentar *facebook* akun resmi Telkomsel, di mana lambatnya kecepatan ketika mengakses internet bahkan hingga tidak dapat terhubung ke internet sama sekali, gagal dalam pengisian paket internet namun pulsa pelanggan tetap terpotong untuk pembayaran paket internet. Selain itu, Simpati memiliki harga paket yang mahal dibandingkan dengan *provider* lainnya.

**Tabel I.2**  
Daftar Harga Internet Provider di Indonesia  
Per 1 Februari 2016

Kuota	Masa Aktif	Harga
<b>SIMPATI TELKOMSEL</b>		
30 MB	7 Hari	Rp. 5.000
80 MB	7 Hari	Rp. 10.000
600 MB	7 Hari	Rp. 20.000
1 GB	1 Bulan	Rp. 50.000

<sup>6</sup> Tribunbisnis, "Telkomsel Raih 4 Penghargaan di Top Brand Award 2014" <http://www.tribunnews.com/bisnis/2014/02/13/telkomsel-raih-4-penghargaan-di-top-brand-award-2014> (Diakses pada 28 Maret 2016)

<b>PROVIDER X</b>		
30 MB	1 Hari	Rp. 2.000
100 MB	1 Hari	Rp. 6.000
300 MB	7 Hari	Rp. 12.000
650 MB	7 Hari	Rp. 25.000
1,75 GB	1 Bulan	Rp. 50.000
2 GB	1 Bulan	Rp. 60.000
5 GB	1 Bulan	Rp. 100.000
9 GB	1 Bulan	Rp. 150.000
<b>PROVIDER Y</b>		
5 MB	1 Hari	Rp. 1.250
15 MB	1 Hari	Rp. 2.500
50 MB	7 Hari	Rp. 6.000
200 MB	1 Bulan	Rp. 12.000
500 MB	1 Bulan	Rp. 25.000
600 MB	1 Bulan	Rp. 30.000
1.5 GB	1 Bulan	Rp. 50.000
2 GB	1 Bulan	Rp. 60.000
4.5 GB	1 Bulan	Rp. 100.000
6 GB	1 Bulan	Rp. 120.000
12 GB	1 Bulan	Rp. 200.000
15 GB	1 Bulan	Rp. 240.000

Sumber: Detik Ponsel (<http://detikponsel.com/harga-paket-internet-termurah/> diakses pada 23 Februari 2016)

Kedua faktor yang telah disebutkan membuat citra merek dari Simpati yang semula menduduki posisi *Top Brand* pada *ISP Mobile* harus tersingkir pada *Survey Top Brand 2016 Fase 1* karena terkenal mahal namun kualitas tidak sepadan sehingga membuat konsumen tidak kembali loyal pada merek simPATI dan harus kehilangan beberapa pelanggan yang berpindah ke operator lain.

**Tabel I.3**  
Top Brand Index 2016 Fase 1  
Kategori: Telekomunikasi/ IT

SIMCARD PRABAYAR			ISP MOBILE		
Merek	TBI	TOP	Merek	TBI	TOP
Simpati	35,5%	TOP	Bolt	16,2%	TOP
IM3	15,4%	TOP	Smartfren	11,9%	TOP
XL Prabayar	14,8%	TOP	Indosat M2	10,3%	TOP
Tri '3'	11,3%				
Kartu AS	10,4%				
Axis	5,1%				

Sumber: Top Brand Award (<http://goo.gl/vAeM2R>)

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis terdorong mengadakan penelitian pada masalah ini yang akan penulis sajikan dalam bentuk skripsi dengan judul: **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Citra Merek Serta Dampak Pada Loyalitas Pelanggan *Mobile Data Service Provider Simpati*”**

## B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang telah penulis uraikan, maka identifikasi masalah yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dari Telkomsel Simpati yaitu:

- Berdasarkan hasil riset yang telah peneliti kutip dari beberapa sumber bahwa kualitas layanan *mobile data service* dari Simpati masih belum optimal seperti terjadinya gangguan, masih belum meratanya sinyal di seluruh wilayah Indonesia, dan gagalnya pengisian paket internet sehingga peneliti tertarik untuk meneliti kualitas layanan.



- Dengan kualitas layanan dari Simpati Telkomsel yang masih belum optimal, Simpati memberikan harga yang cukup tinggi dibandingkan dengan beberapa provider di Indonesia.
- Dengan kualitas layanan yang belum optimal dan harga yang lebih mahal dibandingkan dengan beberapa provider di Indonesia, membuat citra merek Simpati terkesan mahal dan belum dapat memberikan layanan terbaik sehingga citra merek dan loyalitas pelanggan Simpati terganggu dan memengaruhi posisi pada Top Brand ISP *Mobile* di Indonesia.

### C. Pembatasan Masalah

Agar dalam penelitian ini lebih terarah dan kejelasan data yang akan dibahas dan dikumpulkan, maka peneliti perlu menetapkan batasan-batasan masalah penelitian sebagai berikut:

- Penelitian ini hanya dibatasi pada penelitian kualitas layanan, harga, citra merek dan loyalitas pelanggan pada *mobile data service* dari provider Simpati, Telkomsel.
- Penelitian ini dibatasi hanya kepada pengguna *smartphone* dengan provider Simpati, Telkomsel.
- Penelitian ini dibatasi hanya kepada pengguna layanan *mobile data service* pada GraPARI Telkomsel, Padjajaran, Bogor.

#### **D. Perumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah dari penelitian yang dilakukan agar masalah menjadi jelas sehingga dapat dijadikan pedoman dalam melakukan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana deskripsi dari Kualitas Pelayanan (*Service Quality*), Harga (*Price*) dan Citra Merek (*Brand Image*) serta Loyalitas Pelanggan (*Customer Loyalty*)
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap citra merek Simpati?
3. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Simpati?
4. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap citra merek simpati?
5. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Simpati?
6. Apakah citra merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Simpati?

#### **E. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penulisan penelitian ini:

- a) Bagi Perusahaan
  - Diharapkan Simpati mengetahui apa yang dikeluhkan pelanggan agar dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan citra dari merek Simpati.

- Dengan mengetahui pengaruh kualitas layanan dan harga yang berpengaruh terhadap citra merek dan loyalitas pelanggan, Simpati dapat merebut kembali penghargaan *Top Brand* di Indonesia.

b) Bagi dunia pendidikan

- Penelitian merupakan kesempatan yang baik untuk menerapkan teori kasusnya dibidang pemasaran ke dalam dunia praktik yang sesungguhnya.
- Penelitian ini sebagai hasanah ilmu pengetahuan yang dapat berguna untuk penelitian selanjutnya ataupun rujukan dalam pengembangan teori pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap citra merek serta dampak kepada loyalitas pelanggan studi pada Provider Simpati Telkomsel.

c) Bagi penulis

- Dapat mengimplementasikan pengetahuan yang telah didapatkan selama perkuliahan
- Mendapatkan pengalaman nyata mengenai konsep-konsep pemasaran khususnya dalam pengembangan jaringan internet.