

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

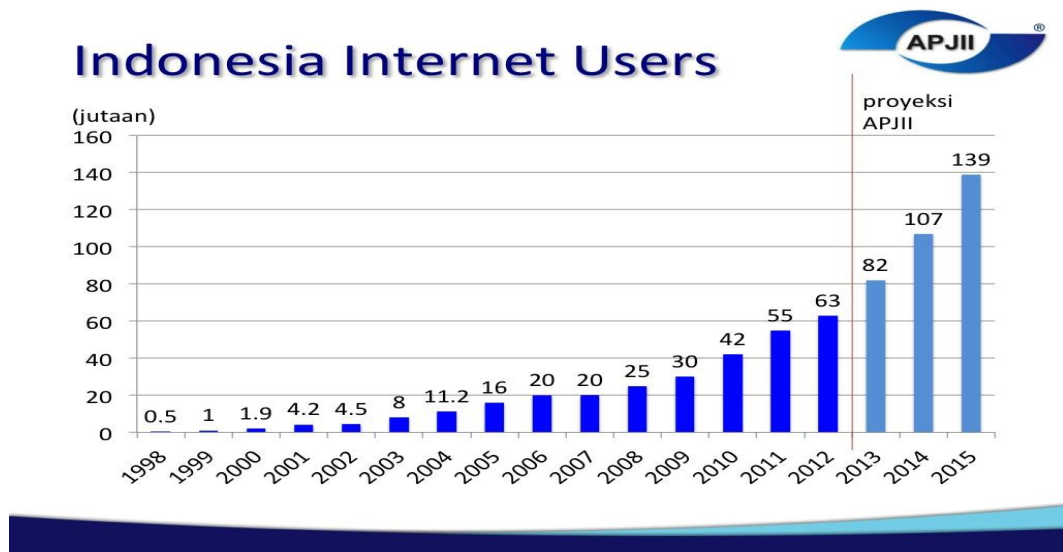
Keberadaan internet dewasa ini tidak dapat terpisahkan dari kehidupan manusia dan tanpa mengenal batas usia. Sangatlah mudah untuk mendapatkan akses internet, mulai dari paket *mobile data* hingga *broadband*. Meskipun mudah, namun cepat atau lambatnya jaringan internet berbeda dari satu negara dengan negara lainnya. Kecepatan internet di Indonesia menempati peringkat 80 di kawasan Asia Pasifik (APAC) (Akamai, 2016:4).

Semakin membaiknya jaringan internet di Indonesia dalam menyebarkan koneksi internet kepada masyarakat yang menginginkan jaringan internet ke rumah mereka, baik menggunakan kabel maupun *broadband* atau jaringan internet menggunakan kartu handphone maupun *wireless fidelity* yang tersebar di banyak tempat keramaian, itulah yang membuat semakin meningkatkan jumlah pengguna internet di Indonesia.

Dari gambar I.1 dapat dilihat bahwa pengguna internet di Indonesia semakin melonjak dari tahun ke tahun. Pada tahun 2000 misalnya terdapat ada sekitar 1.9 juta pengguna internet di Indonesia sedangkan pada tahun 2001 meningkat menjadi 4.2 juta pengguna dan pada tahun 2002 melonjak menjadi 4.5 juta *internet users*. Setelah 10 tahun berlalu sejak tahun 2002 yang terdapat sekitar 4.500.000 pengguna internet dan tahun 2015 sekitar 139 juta *internet users*, terlihat sangat jauh peningkatannya. Inilah yang membuat pemerintah semakin

berusaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan kecepatan internet di Indonesia (mikroberita, 2015).

Gambar I.1.
Trend Chart Indonesia Internet Users 2015



Sumber : (<https://mikroberita.wordpress.com>)

Ada banyak *provider* di Indonesia yang menyediakan layanan internet cepat, tentunya dengan harga, kualitas, dan teknologi yang digunakan memiliki keunggulan masing-masing. Hal ini tentu memicu terjadinya persaingan antar *provider*, dan membuat para pelaku pasar dan produsen untuk dapat memenangkan persaingan ini.

First Media merupakan salah satu pemain besar dalam industri ini. First Media didirikan pada tahun 1994 dengan nama PT Broadband Multimedia Tbk. Pada Maret 1999, Broadband Multimedia mulai memasarkan diri secara komersial dengan merek dagang Kabelvision, yang diikuti pada tahun-tahun berikutnya dengan peluncuran Digital1 dan MyNet. Pada 16 Juni 2007, Broadband Multimedia mengganti namanya menjadi First Media, sekaligus meluncurkan

identitas dan merek baru sebagai penyedia layanan "*Triple Play*". Kabel vision dan Digital1 disatukan di bawah produk HomeCable, sementara MyNet menjadi FastNet dari sumber (Wikipedia First Media, 2017).

Produk unggulan yang ditawarkan bagi konsumennya yaitu FastNet, HomeCable HD, dan FirstMediaX menurut sumber (<http://www.firstmedia.com>). Pada saat peluncuran salah satu produknya yaitu FastNet pada tahun 2007, First Media mendapatkan 41.000 pelanggan hanya dalam selama masa promosi. Terbukti banyak konsumen yang tertarik untuk menggunakan produk ini (<http://www.firstmedia.com/index.php/about>) diakses pada 5 Maret 2017, Tabel I.1 merupakan hasil *Top Brand Award* tahun 2014. Dapat dilihat ada lima brand ISP (*Internet Service Provider*) yaitu Speedy, First Media, Indosat.net, dan Telkomnet Instan. First Media berhasil mendapatkan posisi kedua setelah Speedy dengan presentase 19,6%.

Tabel I.1
Top Brand Award 2014

Merek	TBI	TOP
Speedy	56,7%	TOP
First Media /FastNet	19,6%	TOP
Indosat.net	4,8%	
Telkomnet Instan	3,1%	

Sumber:(<http://www.topbrand-award.com/>)

Dibawah ini terdapat tabel I.2 yang merupakan hasil *Top Brand Award* tahun 2017. Dapat dilihat pada hasil *survey* yang dilakukan First Media masih tetap unggul dengan presentasi 17.3%. Namun adanya penurunan sekitar 2,3 % dari tahun 2014 silam.

Tabel I.2
Top Brand Award 2017

MEREK	TBI	TOP
Indihome	50.3%	TOP
First Media/ FastNet	17.3%	TOP
Biznet.net	2.1%	

Sumber:(<http://www.topbrand-award.com/>)

Pada tahun ini, First Media telah meraih dua penghargaan, yakni Indonesia Most Innovative Business Award 2017 yang diterima pada Februari dan Indonesia Wow Brand Award 2017 pada Maret ini. Penghargaan Indonesia Most Innovative Business Award 2017 diberikan oleh majalah *Warta Ekonomi*. Penghargaan tersebut dinilai berdasarkan sejarah perusahaan, inovasi produk, jasa, strategi dalam proses produksi yang dilakukan perusahaan dalam upaya berkompetisi, mengembangkan perusahaan, serta kinerja keuangan perusahaan dari tahun 2013 hingga tahun 2015. Adapun penghargaan Indonesia Wow Brand Award 2017 untuk kategori pay TV diberikan oleh MarkPlus. Penghargaan tersebut diberikan berdasarkan pada konsep marketing 4.0. Konsep tersebut menyelaraskan lima aspek utama yang dikenal dengan 5A, yakni *aware*, *appeal*, *ask*, *act*, dan *advocate*. (<http://id.beritasatu.com/telecommunication-tahun-ini-First-media-raih-2-penghargaan/158078>).

Dengan seiringnya pertumbuhan penggunaanya, First Media memiliki banyak pesaing. Sekarang ini semakin banyak jasa penyedia internet dengan menawarkan harga-harga yang kompetitif dan dengan berbagai produk yang bervariasi yang mempunyai keunggulan masing-masing.

Tabel I.3
Perbandingan First Media dengan Kompetitornya

1. First Media	2. Indosat M2 3.5G	3. Telkom Speedy	4. TelkomNet Instan
<p>Kelebihan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tersedia diberbagai kota dan provinsi di Indonesia • Sering memberikan diskon dan paket promo • Banyak paket yang ditawarkan <p>Kekurangan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Koneksi yang sering putus atau lambat • Harga lebih mahal dibandingkan kompetitor • Dari banyaknya paket yang ditawarkan sayangnya First Media tidak menawarkan paket berdasarkan kecepatan koneksi 	<p>Kelebihan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kecepatan koneksi yang cukup tinggi • Layanan support yang cukup bagus • Tersedia paket dengan relatif harga terjangkau • Dapat dibawa kemana saja asalkan tercover jaringan IM2 <p>Kekurangan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Akhir-akhir ini pada malam hari kecepatan koneksi menurun • Hanya tersedia di beberapa kota saja 	<p>Kelebihan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Harga yang sangat murah dibandingkan para kompetitor nya • Kualitas koneksi yang cukup baik <p>Kekurangan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Layanan purna-jual yang sangat buruk, jangan harapkan Anda akan bisa mendapatkan solusi terhadap masalah koneksi Anda dengan cepat • Hanya bisa digunakan untuk personal, dan tidak boleh digunakan untuk warnet atau pun perkantoran 	<p>Kelebihan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cakupan area layanan yang luas <p>Kekurangan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kecepatan koneksi yang sangat pelan (maklum masih dial-up) • Harga yang lebih mahal jika dibandingkan dengan layanan internet lainnya

Sumber:(<http://www.ruangfreelance.com>)

Dari tabel I.2 diatas dapat dilihat beberapa kelebihan dan kekurangan First Media dengan beberapa kompetitornya. First Media sering mendapat keluhan dari konsumennya yaitu masalah layanan purna jual yang buruk. Dengan harga yang ditawarkan dirasa tidak sebanding dengan kualitas layanan yang dengan koneksi yang sering putus nyambung. Masih banyak kompetitor yang lebih baik dengan

harga yang lebih terjangkau dan kualitas yang baik yang tentunya lebih menguntungkan konsumen.

Dalam situasi ini, First Media berusaha mendapatkan konsumen baru dan mempertahankan konsumen yang sudah menjadi langganan. Menyadari peran penting konsumen dan pengaruh kepuasan konsumen, First Media berupaya mencari cara untuk dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Hal ini disadari oleh First Media yang memberi jasa pelayanan internet yang dituntut untuk secara terus menerus meningkatkan kualitas layanannya untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

“Customer satisfaction is very important as satisfied customer would add value to the brand and spread a positive word of mouth and help in making good reputation of brand. Satisfied customers would be able to make long term profitable relationship with brand.” (Hanief dan Riaz, 2010:50). Kepuasan pelanggan sangat penting karena pelanggan yang puas akan memberi nilai tambah pada merek dan menyebarkan kata-kata positif dari mulut ke mulut dan membantu dalam membuat reputasi merek yang baik. Pelanggan yang puas akan dapat membuat hubungan menguntungkan jangka panjang dengan merek.

Kepuasan konsumen salah satunya ditentukan oleh kualitas layanan, sehingga prioritas utama perusahaan adalah jaminan kualitas. Menurut (Kotler, 2012:153), kepuasan merupakan perasaan seseorang akan kesenangan atau kekecewaan yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan (atau hasil) dengan harapan mereka. Konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan, dan

produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai lebih tinggi kepada pelanggannya (Zain, 2013:10).

Kepuasan konsumen juga seharusnya disertai dengan loyalitas konsumen. Menambahkan, kepuasan adalah keadaan emosional, reaksi pasca-pembelian seseorang dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, netralitas, kegembiraan, atau kesenangan. Disisi lain, loyalitas konsumen juga penting untuk dianalisis, sebab sikap loyal konsumen akan muncul setelah konsumen merasa puas atau tidak puas dari kualitas layanan yang dibeli (Lovelock dan Wright, 2017:150).

Permasalahan utama First Media adalah terkadang tidak stabilnya kecepatan koneksi yang dapat disebabkan oleh gangguan dan semakin banyaknya masyarakat yang berlangganan First Media. Kecepatan koneksi yang tidak stabil mengganggu konsumen yang membutuhkan internet sehari-hari untuk berkomunikasi dan bekerja. Konsumen merasa dirugikan karena walaupun First Media tidak dapat digunakan, namun *billing* untuk penghitungan biaya penggunaan terus berjalan. Hal tersebut akan menimbulkan ketidakpuasan terhadap konsumen.

Berdasarkan salah satu web media konsumen yang menampung respon dan semua keluhan mengenai suatu produk atau jasa, konsumen tersebut mengalami gangguan tidak dapat menggunakan internet selama 5 hari berturut-turut. Setelah lapor ke pihak First Media, First Media mengatakan akan ada penyesuaian *billing* nantinya. Namun ternyata *billing* yang harus Ia bayarkan

tetap <http://mediakonsumen.com/2017/05/02/surat-pembaca/kekecewaan-terhadap-first-media>) diakses pada 10 Januari 2018.

Banyak juga konsumen yang mengatakan kekecewaan mereka dengan First media. Ada salah satu konsumen yang mengalami gangguan koneksi yang sudah lebih dari dua minggu. Beliau mengatakan bahwa koneksi internet First Media tidak stabil. Lancar beberapa saat, tapi kemudian *down* dan Ia akan pindah ke produk yang lain. Hal ini jelas menerangkan bahwa konsumen merasa kecewa, Kepuasan konsumen First media masih kurang sehingga konsumen ingin pindah ke competitor. Apabila semakin banyak konsumen yang pindah ke produk lain maka loyalitas dari konsumen First Media akan turun. Terlihat adanya penurunan presentase dari penilaian *Top Brand Award* diatas pada tahun 2014 dan 2017 dari sumber (<http://mediakonsumen.com/2017/04/29/surat-pembaca/koneksi-first-media-tidak-stabil>) diakses pada 14 Maret 2018.

Sebagai upaya untuk memberikan kepuasan dan mempertahankan loyalitas konsumennya, First Media harus menawarkan kualitas layanan dan harga yang kompetitif dengan kompetitor-kompetitornya untuk mendapatkan perhatian dari para konsumennya.

Loyalitas pelanggan merupakan tujuan utama jangka panjang bagi perusahaan dalam merencanakan strategi pemasaran jasa. Menurut (Suhaji, 2012) mendefinisikan loyalitas pelanggan adalah “*the long term success of the particular brand is not based on the number of consumer who purchase it only once, but on the number who become repeat purchase*”. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa pelanggan yang loyal tidak diukur dari berapa banyak dia

membeli, tapi dari berapa sering dia melakukan pembelian ulang, termasuk disini merekomendasikan orang lain untuk membeli. Loyalitas konsumen akan tinggi apabila produk dinilai mampu memberikan kepuasan tertinggi, sehingga pelanggan enggan untuk beralih ke merk lain. Oleh karena itu, penting bagi First Media untuk memerhatikan kualitas layanan demi mendapatkan kepuasan konsumen. Jika tidak memerhatikan kualitas layanan yang ditawarkan akan memengaruhi tidak loyalnya konsumen. Apabila First Media sangat memerhatikan kualitas, akan mudah bagi perusahaan untuk memperoleh loyalitas konsumennya pada merk yang ditawarkan.

Kualitas layanan merupakan salah satu faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen. Kualitas pelayanan adalah totalitas fitur dan karakteristik dari suatu produk atau jasa yang menanggung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat (Kotler, 2013:150).

Dengan demikian, kualitas layanan dapat diperoleh dengan cara menemukan keseluruhan harapan konsumen, serta meningkatkan nilai produk atau pelayanan dalam rangka memenuhi harapan konsumen tersebut.

Selain kualitas layanan, harga juga mempengaruhi kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen. Harga yang terjangkau memungkinkan adanya kepuasan konsumen yang akan menarik konsumen baru sehingga diharapkan pada akhirnya konsumen akan loyal. *“The price factor measures the hard-core price dimension which consumer may consider separately for making price comparison with other network providers”* (Chakraborty dan Sengupta, 2013:279-298). Factor harga

adalah factor penting yang akan konsumen pertimbangkan dan akan dibandingkan dengan harga dari *provider* lain.

Permasalahan yang sering dialami konsumen First Media adalah banyaknya keluhan mengenai tingginya biaya yang dikeluarkan tidak sesuai dengan manfaat yang diperoleh konsumen. Didalam perusahaan harus mempertimbangkan dan menetapkan harga yang sesuai dengan metode dan tujuan kebijakan harga produk yang dihasilkannya.

Berdasarkan berbagai fakta, data dan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Intervening (Survey Pada Pengguna First Media di Jakarta).**

1.2 Perumusan Masalah

Perumusan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen First Media?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen First Media?
3. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen First Media?
4. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen First Media?
5. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen First Media?

6. Apakah terdapat pengaruh signifikan antara kualitas layanan dengan loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen sebagai variabel *intervening*?
7. Apakah terdapat pengaruh signifikan antara kualitas layanan dengan loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen sebagai variabel *intervening*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen First Media.
2. Untuk mengetahui Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen First Media.
3. Untuk mengetahui Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen First Media.
4. Untuk mengetahui apakah Harga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen First Media.
5. Untuk mengetahui Kepuasan Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen First Media.
6. Untuk mengetahui Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen sebagai variabel *intervening*.
7. Untuk mengetahui Harga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen sebagai variabel *intervening*.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat membawa manfaat ke berbagai pihak :

1. Bagi peneliti

Diharapkan dengan penelitian ini, penulis dapat mendapatkan pengetahuan lebih dalam mengenai ilmu manajemen strategi dan pemasaran

2. Bagi akademik

Penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur serta referensi yang dapat dijadikan bahan informasi bagi mahasiswa yang akan meneliti permasalahan serupa.

3. Bagi pembaca

Dengan membaca proposal ini diharapkan pembaca mengetahui dan memiliki gambaran yang jelas mengenai hubungan antara harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas pengguna First Media.