

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi informasi adalah hal yang sangat berhubungan dengan kehidupan masyarakat baik dalam membantu pekerjaan maupun dalam hal ekonomi suatu negara sehingga membuat kebutuhan masyarakat akan informasi semakin besar. Masyarakat membutuhkan media informasi yang cepat, tepat, akurat dan mudah dalam upaya memenuhi kebutuhan informasi tersebut. Pada era globalisasi saat ini, internet bukan hanya sekedar sebagai kebutuhan sekunder bagi masyarakat di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Masyarakat pengguna *smartphone* dan laptop cenderung membutuhkan jaringan internet agar dapat mempermudah pekerjaan maupun untuk hiburan semata. Internet bukan lagi hanya digunakan pada ruang publik ataupun kepentingan pekerjaan melainkan digunakan sebagai akses untuk hiburan di dalam kehidupan sehari-hari seperti halnya, mengakses situs *streaming video*, sosial media, bermain game, dan lain-lain.

Perkembangan kebutuhan internet sebagai sarana mengakses dunia maya bagi masyarakat yang cepat, maka penyedia internet pun semakin dicari oleh masyarakat. Jaringan nirkabel atau *wifi* pun sudah banyak ditemui di tempat-tempat umum seperti ruang tunggu, café, warung kopi, rumah makan, taman kota, berbagai lembaga pendidikan, hingga di rumah-rumah masyarakat yang menggunakan jaringan *wifi* untuk keperluan pribadi mereka sehari-hari.

Clement Roux (2017:1), “*Wifi* merupakan kependekan dari *wireless fidelity* yang artinya sebuah jaringan yang memungkinkan untuk mengakses internet di berbagai perangkat yang berbeda”. Indihome, Biznet, Firstmedia, dan MNC Play merupakan salah satu produk dari penyedia layanan provider *wifi* yang sering digunakan oleh masyarakat. Dari berbagai jenis provider *wifi* yang ada di Indonesia, Firstmedia merupakan salah satu merek produk *wifi* yang sering digunakan di berbagai tempat seperti café, gedung-gedung kantor, hingga didalam rumah. PT. Firstmedia Tbk adalah perusahaan yang menyediakan jasa layanan internet pita lebar, televisi kabel, dan komunikasi kabel, yang secara keseluruhan dijuluki sebagai “*Triple play*”. Jabodetabek, Bandung, Surabaya merupakan sebagian besar wilayah yang diliputi oleh jaringannya.

Penyedia layanan internet di Indonesia semakin bersaing secara ketat. Masing-masing dari penyedia tersebut bersaing memberikan inovasi ataupun strategi pasar yang menarik sehingga dapat menarik minat konsumennya. Firstmedia merupakan salah satu penyedia layanan internet yang menjadi pilihan dan digemari oleh konsumen. Harga *wifi* Firstmedia pun juga memiliki berlangganan yang terjangkau.

FastNet merupakan salah satu produk dari Firstmedia yang menawarkan layanan internet *broadband* yang merupakan akses internet cepat tanpa batas dengan harga yang terjangkau. FastNet menawarkan kemudahan mengunduh dengan kecepatan hingga 1 Gbps dengan kapasitas tanpa batas selama 24 jam tanpa henti. Selain dari provider internetnya, Firstmedia juga memiliki layanan televisi dengan grafis Full-HD (*High Definition*) dan 4K hingga

keberagaman saluran televisinya yang dijuluki Home Cable HD. Surabaya merupakan salah satu kota yang sudah diliputi oleh banyak jaringan internet seperti Indihome dan Firstmedia. Top Brand Award 2019 pada kategori telekomunikasi, Firstmedia sendiri menduduki posisi kedua setelah Indihome di pasaran Indonesia. Berikut merupakan data dari survei pelanggan Top Brand Award;

Tabel 1.1
TOP BRAND AWARD KATEGORI TELEKOMUNIKASI (ISP FIXED)

Merek	TBI	TOP
Indihome	39.8%	TOP
Firstmedia	29.9%	TOP
Biznet.net	8.3%	

Sumber: <http://www.topbrand-award.com> / fase 1 diakses 29 April 2019

Produk Firstmedia menduduki peringkat ke dua setelah Indihome pada Top Brand kategori *Internet Service Provider* dengan total 29.9% setelah Indihome yang menduduki posisi pertama yaitu 39.8%. Firstmedia sendiri masih lebih unggul dari Biznet.net yang menduduki posisi nomor 3 sebesar 8.3%. Surabaya sendiri sudah tercatat 19.000 alamat konsumen yang menggunakan *wifi* Firstmedia menurut website resminya. Tidak hanya di rumah, *wifi* Firstmedia juga di gunakan di gedung maupun gedung apartemen yang ada di Surabaya.

Firstmedia memang masih unggul dengan beberapa beberapa perusahaan pesaing, akan tetapi pihak Firstmedia juga kerap mendapat komplain dari beberapa penggunanya. Berita Kompasiana menjelaskan, masalah yang dilaporkan oleh pengguna kepada pihak Firstmedia adalah kecepatan akses *wifi* yang melambat hingga tidak bisa diakses sama sekali. Administrasi Firstmedia juga

memberikan layanan gratis selama tiga bulan pemakaian awal dengan syarat melakukan pembayaran pada bulan ke empat akan tetapi hal tersebut tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan oleh pihak Firstmedia setelah menggunakan produknya selama 3 bulan. Kejadian ini bisa saja akan mempengaruhi kepuasan dari pelanggan yang menggunakan produk Firstmedia hingga kesetiaan pelanggan dalam menggunakan produk dari Firstmedia. (www.Kompasiana.com)

Loyalitas pelanggan merupakan hal yang menarik untuk diteliti. Definisi dari loyalitas pelanggan (*customer loyalty*), menurut Griffin (2005) dalam Nuridin (2018:20) menjelaskan bahwa konsep loyalitas pelanggan lebih berkaitan dengan perilaku (*Behavior*) daripada sikap. Seseorang yang merupakan pelanggan loyal atau setia terhadap suatu merek, individu tersebut akan menunjukkan perilaku pembelian yang didefinisikan sebagai pembelian nonrandom yang diungkap dari waktu ke waktu oleh unit yang mengambil keputusan. Vanessa (2007) dalam Nuridin (2018:20) berpendapat, pelanggan yang puas dengan produk dan layanan promosi dari mulut ke mulut, tidak hanya untuk produk dan layanan perusahaan, tetapi juga portofolio keseluruhan produk dan layanan sebagai bagian dari kesetiaan pada merek.

Loyalitas seorang konsumen terhadap suatu produk dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya yaitu kualitas produk, kepercayaan pelanggan, kepuasan pelanggan dan lainnya. Menurut Nasution (2010:3) dalam Yanti (2018:52), kualitas produk merupakan suatu kondisi dinamis terkait produk dan layanan, orang, suatu proses dan lingkungan yang berhasil memenuhi harapan. Sementara itu, menurut Kotler dan Armstrong (2016: 256) tentang produk adalah apa saja yang

bisa ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, terjual, digunakan, atau dikonsumsi untuk memuaskan keinginan. Dalam penelitian Yanti Murni (2018:61), menyatakan bahwa terdapat beberapa faktor yang harus dipertimbangkan oleh perusahaan untuk menciptakan sebuah kepuasan maupun loyalitas pelanggan, salah satu faktor yang harus diperhatikan yaitu adalah kualitas produk, jika kualitas produk yang ditawarkan lebih baik, maka loyalitas konsumen akan semakin progresif dan sebaliknya. Hasil penelitian Nuridin (2018:29) membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian Nuridin (2018:22), juga menyatakan bahwa kualitas produk merupakan faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan karena kualitas produk akan menciptakan kepuasan pelanggan, semakin baik kualitas produk yang ditawarkan oleh produsen maka konsumen akan semakin merasakan kepuasan akan produk tersebut.

Faktor selanjutnya yaitu kepercayaan. Kepercayaan pelanggan terhadap suatu produk dilihat dari bagaimana produk tersebut sudah menyanggah kualitas sesuai dengan apa yang ditawarkan serta sesuai dengan ekspektasi dari konsumen. Penting bagi perusahaan dalam menumbuhkan kepercayaan pada konsumennya agar konsumen mendapat kepuasan saat membeli maupun menggunakan suatu produk dengan cara memuaskan ekspektasi konsumen terhadap produk yang ditawarkan perusahaan. Hasil dari penelitian Heri Setyawan dan A. Jallaludin Sayuti (2017:33) membuktikan jika kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Semakin tinggi tingkat kepercayaan konsumen terhadap suatu produk,

maka bisa disimpulkan jika konsumen tersebut puas saat membeli maupun menggunakan produk tersebut

Tjiptono (2011:146) dalam Yanti Murni (2018:52) mengemukakan kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan apa yang diharapkan, jika hasil sudah memenuhi harapan maka konsumen akan merasa puas. Kotler dan Keller (2012:207) dalam Djumarno, Sjafar, and Djamaluddin (2017:16) Loyalitas didefinisikan sebagai komitmen kuat untuk membeli atau berlangganan produk atau layanan tertentu di masa depan. Loyalitas pelanggan akan menjadi kunci keberhasilan, tidak hanya dalam jangka pendek tetapi dalam keunggulan kompetitif yang berkelanjutan, terlepas dari pengaruh situasi pemasaran dan upaya yang berpotensi menyebabkan perubahan perilaku

Melihat pentingnya peran Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan untuk membeli produk, maka penulis menuangkan hal tersebut kedalam sebuah penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Pengguna Wifi Firstmedia di Surabaya”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan hal-hal yang telah diuraikan di atas secara rinci masalah yang diajukan dalam penelitian ini yaitu :

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh signifikan positif terhadap Kepuasan Pelanggan *wifi* Firstmedia di Surabaya?

2. Apakah Kepercayaan berpengaruh signifikan positif terhadap Kepuasan Pelanggan *wifi* Firstmedia di Surabaya?
3. Apakah Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan positif terhadap Loyalitas Pelanggan *wifi* Firstmedia di Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah jawaban dalam rumusan masalah, berikut merupakan tujuan penelitian yang di rumuskan:

1. Menganalisis pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan *wifi* Firstmedia di Surabaya.
2. Menganalisis pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna *wifi* Firstmedia di Surabaya.
3. Menganalisis pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pengguna *wifi* Firstmedia di Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Peneliti berharap jika penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pihak yang bersangkutan. Berikut merupakan manfaat yang diberikan oleh penelitian ini adalah:

Berikut merupakan manfaat yang diharapkan pada penelitian ini:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan akan menjadi penambah wawasan tentang *wifi* Firstmedia dan juga tentang variabel-variabel yang di teliti

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan akan terus menjaga kualitas produknya agar tetap memiliki pelanggan yang loyal terhadap produk *wifi* Firstmedia.

3. Bagi STIE Perbanas Surabaya

Penelitian ini diharapkan akan menambah referensi bagi Mahasiswa lain yang ingin mengangkat judul dengan topik loyalitas pelanggan.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Dalam melakukan penelitian, terdapat sistematika atau cara penulisan penelitian yaitu sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan seluruh aspek yang menyebabkan peneliti melakukan penelitian ini, seperti menjelaskan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan bahwa tinjauan pustaka dari para peneliti yang terdahulu oleh peneliti akan diuraikan kembali terkait dengan variabel yang ada, landasan teori yang dapat mendukung penelitian ini, kerangka pemikiran, dan hipotesis yang akan diajukan untuk penelitian ini.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel yang digunakan, definisi

operasional dan definisi pengukuran variabel, penjelasan tentang populasi sampel dan teknik pengambilan sampel, penjelasan tentang data dan metode pengumpulan data, serta teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISA DATA

Bab ini menjelaskan mengenai gambaran umum subyek penelitian serta analisis data yang meliputi analisis deskriptif dan analisis statistik, serta pembahasan atas hasil penelitian yang telah dianalisis.

BAB V : PENUTUP

Bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan penelitian yang berisi jawaban atas rumusan masalah dan pembuktian hipotesis, keterbatasan penelitian, dan saran sebagai pihak terkait maupun peneliti berikutnya.

