

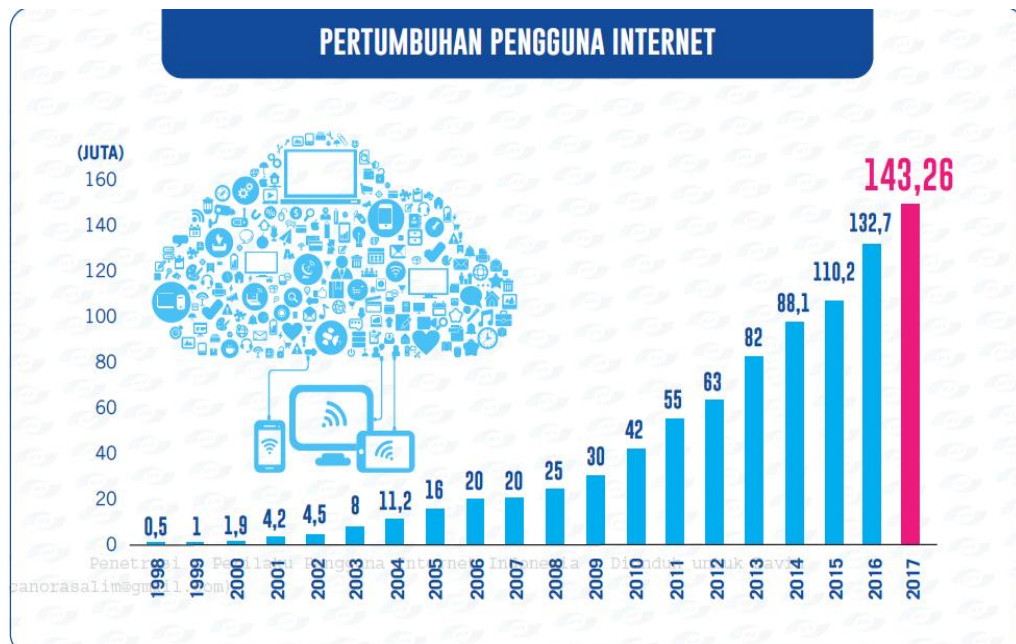
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Era digitalisasi saat ini merambah ke sektor pendidikan, perekonomian bahkan pemerintahan. Hasil *survey* yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2017 menunjukkan bahwa lebih dari 50 persen atau setengah dari jumlah penduduk Indonesia kini telah terhubung ke internet. Hasil itu meningkat dibandingkan dengan hasil survei di tahun sebelumnya, seperti yang terlihat pada Gambar 1. Perusahaan telekomunikasi di Indonesia dituntut untuk terus berkembang. Dengan mengembangkan berbagai inovasi pada produknya, serta meningkatkan kualitas pelayanan. Melihat peningkatan jumlah pemakai jasa layanan internet dari tahun ke tahun, hal ini yang mendorong berkembangnya layanan-layanan baru yang dikembangkan perusahaan telekomunikasi untuk mempermudah konsumen dalam mengakses layanan internet.

IndiHome merupakan layanan telekomunikasi dari Telkom yang memakai kabel serat optik. Dengan jaringan macam ini koneksi yang diterima pelanggan diklaim lebih stabil. Layanan ini memberikan layanan telekomunikasi Internet dan televisi berlangganan di Indonesia. Peneliti tertarik meneliti perkembangan dan pertumbuhan pelanggan internet melihat pertumbuhan pengguna internet di Indonesia , terutama pelanggan internet IndiHome *Internet Service Provider* di Surabaya



Sumber : APJII, 2017

Gambar 1.1
PERTUMBUHAN PENGGUNA INTERNET DI INDONESIA

Gambar diatas menunjukkan bahwa dalam 3 tahun terakhir rata-rata pertumbuhan pengguna internet di Indonesia sebesar 62% juta pertahunnya. Kenaikan pengguna internet semakin meningkat dan akan terus meningkat pada 5 tahun kedepan.

Tabel 1.1
PERINGKAT TOP BRAND KATEGORI INTERNET SERVICE PROVIDER 2017-2018

Merek	TBI 2017	TBI 2018	TOP
Indihome	42,1%	39,8%	TOP
FirstMedia/Fast Net	22,4%	29,9%	TOP
Bizznet	6,4%	8,3%	

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

Produk Indihome mendapat peringkat pertama dalam TOP BRAND kategori *Internet Service Provider* dengan total 39,8% TBI yang disusul dengan First Media dengan 29,9% TBI . Membuktikan bahwa Telkom unggul 9,3% TBI dari pesaing nomer 2 nya dan unggul 30,6% dari Bizznet pesaing. Telkom

meningkatkan pembangunan jaringan *fiber optic*, dan tower. Telkom berupaya mendorong adanya kesetaraan akses informasi melalui digitalisasi. Dengan meluncurkan Indonesia Digital Home atau yang dikenal dengan Indihome yang menyediakan layanan internet di rumah berbasis teknologi Wifi *Hotspot*. Berdasarkan data dari Kementerian BUMN hingga 2017 Telkom telah membangun sekitar 362 ribu AP (*Access Point*) untuk layanan *Hotspot* Indihome diseluruh Indonesia. *Hotspot* atau tempat akses internet dengan menggunakan *wireless IEEE 802.11b* sendiri memang sudah sangat banyak atau telah menjadi kebutuhan dalam kehidupan sehari-hari. Pemilihan Indihome sebagai objek dalam penelitian ini dikarenakan jumlah penggunaanya yang sangat tinggi, sehingga tidak heran Indihome saat ini menjadi pemimpin pasar di segmennya. Selain itu, cakupan wilayah sebaran *access point* Indihome yang sangat luas.

Bila Indihome ingin menguasai pasar maka Indihome perlu menciptakan dan menjaga kepuasan pelanggan. Menurut Siyamtinah dan Hendar (2015) Kepuasan pelanggan memiliki efek positif terhadap pembelian ulang. Program pemasaran yang baik haruslah dapat mempengaruhi perilaku dan pembelian dengan memudahkan pelayanan dan jaminan oleh perusahaan. Kualitas pelayanan Indihome merupakan totalitas dari perusahaan terhadap konsumen, karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi. Didefinisikan secara luas, nilai yang dirasa adalah benefit yang didapatkan pelanggan berkaitan dengan apa yang harus dibayar. Nilai inilah yang akan menjadi kunci dari kepuasan, yang mempengaruhi pelanggan untuk membeli ulang. Biaya

perpindahan termasuk perjuangan untuk upaya perubahan, waktu, dan, yang diperlukan untuk memperoleh merek produk tertentu untuk kompetitif dalam bisnis perlu tahu apa yang diperhatikan pelanggan dan apa yang membuat mereka membeli ulang. Dengan berlangganan secara terus-menerus pelanggan telah membeli merek dan juga membeli ulang hal yang pelanggan inginkan.

1.2 Perumusan Masalah

Dari latar belakang yang sudah diuraikan, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan provider Internet indihome di Surabaya?
2. Apakah nilai yang dirasa berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan provider Internet indihome di Surabaya?
3. Apakah kepuasan berpengaruh signifikan positif terhadap pembelian ulang provider Internet indihome di Surabaya?
4. Apakah biaya perpindahan berpengaruh signifikan positif terhadap pembelian ulang provider Internet indihome di Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah diuraikan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan provider internet indihome di Surabaya.
2. Menganalisis pengaruh nilai yang dirasa terhadap kepuasan provider internet indihome di Surabaya.

3. Menganalisis pengaruh kepuasan terhadap pembelian ulang provider internet indihome di Surabaya.
4. Menganalisis pengaruh biaya perpindahan terhadap pembelian ulang provider internet indihome di Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah:

1. Bagi peneliti hasil dari penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi peneliti dalam memahami fenomena hubungan kualitas layanan, nilai yang dirasa terhadap pembelian ulang yang dimediasi oleh kepuasan, biaya perpindahan terhadap pembelian ulang pada hal penyelesaian mata kuliah proposal penelitian sebagai syarat skripsi.
2. Bagi STIE Perbanas hasil penelitian ini kedepannya dapat bermanfaat bagi akademisi STIE Perbanas Surabaya untuk menjadi referensi literatur dan dapat juga sebagai pembanding dalam menulis karya ilmiah.
3. Bagi peneliti lain hasil penelitian ini kedepannya dapat bermanfaat untuk masyarakat dalam mempertimbangkan dan mengambil keputusan ketika melakukan pembelian ulang terhadap suatu merek yang didasari oleh kualitas layanan, nilai yang dirasa, kepuasan, dan biaya perpindahan.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan pada penelitian terbagi menjadi beberapa bab dari pembahasan yang saling berkaitan. Adapun pembagiannya sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini akan menjelaskan tentang Latar Belakang Masalah, Masalah yang diteliti, Tujuan Penelitian, dan Manfaat Penelitian Pengaruh kualitas layanan, nilai yang dirasa, kepuasan, dan biaya perpindahan terhadap pembelian ulang *WIFI Internet Service Provider* Indihome di Surabaya, Serta Sistematika Skripsi.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan menjelaskan tentang Penelitian Terdahulu, Landasan Teori, Kerangka Pemikiran dan Hipotesis yang diperoleh.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan menjelaskan tentang Rancangan Penelitian, Batasan Penelitian, Identifikasi Variabel, Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel, Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel, Penyusunan Instrumen Penelitian, Data dan Metode Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian dan Teknik analisis data yang akan digunakan.

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini dijelaskan mengenai garis besar data tanggapan responden berdasarkan beberapa karakteristik seperti faktor demografi yang meliputi agama, umur, pendidikan terakhir, pendidikan terakhir, pendapatan perbulan, dan pekerjaan. Selain itu, pada bab ini akan dijelaskan mengenai hasil analisis data dari

variabel penelitian yang telah diuji serta dibahas mengenai hipotesis penelitian.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini dijelaskan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dibahas. Adapun isi dari bab lima yaitu meliputi kesimpulan, keterbatasan penelitian serta saran yang diperlukan bagi peneliti.

