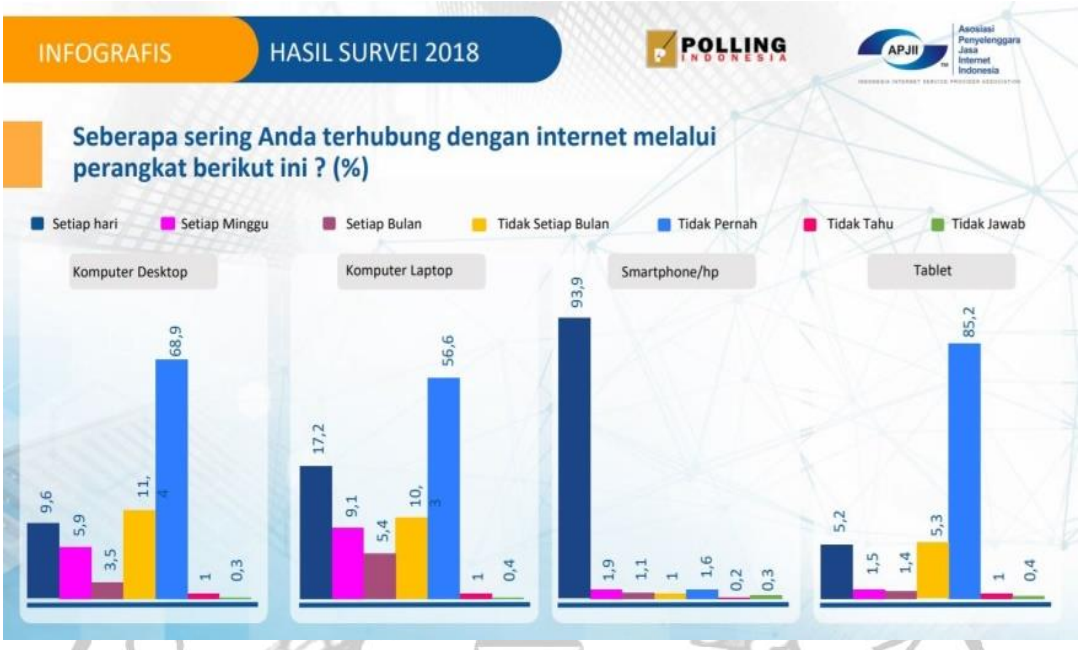
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi seluler di era globalisasi ini membuat pertumbuhan pada operator seluler dan persaingan bisnis di dunia pasar perusahaan operator seluler yang ada di Indonesia. Seiring berkembangnya zaman semakin berkembang juga teknologi terutama pada teknologi komunikasi. Berkembangnya tekonologi komunikasi yang cukup pesat ini tak lepas didukung oleh fasilitas berupa *smartphone* yang semakin dengan IOS dan Android, dimana *smartphone* ini di lengkapi dengan berbagai fitur dan aplikasi lainnya yang mendukung konsumen dapat menunjang gaya hidup atau *life style* pada masa kini.

Industri telekomunikasi di Indonesia dari tahun ke tahun terus meningkat, menurut data yang diungkapkan APJII pada tahun 2017 bahwa kepemilikan *smartphone* 50,08% dari populasi penduduk di Indonesia. Sedangkan jumlah penduduk Indonesia tahun 2017 mencapai 264 juta jiwa. Fakta ini membuktikan bahwa kebutuhan dalam komunikasi dan informasi sangat tinggi di Indonesia. *Smartphone* pun tidak hanya digunakan untuk telepon dan SMS, tetapi lebih sering digunakan untuk mengakses internet. Pernyataan tersebut dikuatkan oleh hasil riset yang dihimpun oleh APJII sebagai berikut:



Sumber: APJII 2018

Gambar 1.1 PERANGKAT YANG DIGUNAKAN UNTUK AKSES INTERNET

Gambar 1.1 menjelaskan bahwa perangkat yang sering digunakan oleh pengguna layanan internet di Indonesia adalah *smartphone*. Untuk mendapatkan layanan internet, *smartphone* membutuhkan perangkat keras yang membantu mengakses internet yang biasa disebut dengan SIM Card. Untuk SIM Card ini di Indonesia memiliki beberapa jenis operator yang berbeda antara lain yaitu: Simpati, XL, IM3, Tri'3', Axis dan lainnya.

Di Indonesia terdapat beberapa operator seluler seperti Telkomsel, Indosat, dan XL yang menyediakan layanan kartu seluler Prabayar dan Pascabayar. Prabayar artinya pengguna harus membayar terlebih dahulu sebelum menggunakan kartu ini untuk mendapatkan layanan yang diberikan oleh pihak operator. Sedangkan Pascabayar pengguna dapat mendapatkan layanan yang diberikan oleh pihak operator baru membayarnya sesuai tagihan dari pemakaian

pengguna. Saat ini jumlah untuk pengguna kartu prabayar lebih banyak daripada pengguna kartu pascabayar, karena pengguna dapat dapat mengontrol pemakaian dan tidak susah untuk mendapatkan layanannya. Dibandingkan dengan pascabayar yang ribet dan harus melalui proses yang cukup banyak untuk mendapatkan layannya, pascabayar umunya lebih sedikit menawarkan promo dibandingkan kartu prabayar yang lebih sering mengeluarkan promo untuk menarik perhatian pengguna. Dari jumlah beberapa operator seluler tersebut kominfo menyebutkan hasil rekonsiliasi pada tahun 2018 jumlah pelanggan Telkomsel 150 juta, XL Axiata 45 juta , Indosat Ooredoo 34 juta, Tri Indonesia 17 juta dan Smartfren 7 juta. Dari jumlah itu, sebanyak 150 juta pelanggan menggunakan kartu seluler prabayar. Telkomsel menyediakan tiga produk kartu seluler prabayar yaitu, Simpati, Kartu As, dan Loop. Sementara untuk kartu seluler pascabaya hanya tersedia Kartu Halo.

Tabel 1.1 JUMLAH KARTU SELULER PRABAYAR DI INDONESIA 2018 - 2019

2018			**2019**		
MEREK	**TBI**	**TOP**	**MEREK**	**TBI**	**TOP**
Simpati	39.7%	TOP	Simpati	40.3%	TOP
IM3	14.4%	TOP	IM3	12.7%	TOP
XL Prabayar	12.7%	TOP	XL Prabayar	12.0%	TOP
Tri’3’	9.4%		Tri’3’	11.0%	
Kartu AS	8.3%		Kartu AS	9.4%	

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

Table 1.1 dapat disimpulkan bahwa Simpati sudah menjadi peringkat pertama menjadi produk unggulan di berbagai kota, artinya bahwa loyalitas pelanggan terhadap Simpati akan membuat perusahaan ini terus bertahan seiring bertambahnya operator seluler dan menjadi *Top Of Mind* dibenak konsumen. Dari uraian tersebut maka akan di uji tingkat loyalitas pelanggan Simpati di Surabaya.

Berdasarkan hasil survey yang menyatakan bahwa Simpati menjadi kartu seluler yang paling diminati masyarakat, tetapi Simpati masih memiliki kekurangan dalam gangguan sinyal yang membuat konsumen simpati merasa resah dengan produk mereka yang menjadi pilihan utama masyarakat tetapi sering mengalami gangguan. Dengan banyaknya operator seluler di Indonesia masyarakat banyak yang cenderung kurang mempunyai loyalitas terlalu tinggi, mereka akan memiliki sifat ingin tahu atau ingin mencoba sesuatu yang baru yang menawarkan kualitas jaringan yang lebih baik dari Simpati. maka menarik untuk diteliti apakah yang menjadi penyebab Simpati ini masih banyak diminati oleh masyarakat walaupun sering terjadi gangguan pada jaringan. Peneliti kali ini tertarik untuk meneliti apakah citra merek dan kulitas layanan dari Simpati yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dengan mediasi kepuasan pelangan dalam menggunakan kartu seluler simpati. Sebelum pelanggan menetapkan untuk menggunakan Simpati biasanya konsumen mencari informasi tentang merek tersebut dan bagaimana kuliatas layanan dari produk Simpati tersebut. Ketika seorang pelanggan merasa puas atas barang/jasa yang digunakan, mereka cenderung akan tetap menggunakan dan loyal kepada produk tersebut.

Citra merek adalah bagaimana pelanggan mengingat suatu merek atau refleksi yang dipegang dalam pikiran pelanggan dan pada dasarnya apa yang terlintas dalam pikiran ketika merek ditempatkan di depan pelanggan (Saleem dan Raja 2014). Disini kita dapat melihat bahwa apa yang ditawarkan Simpati kepada pelanggat membuat Simpati memiliki citra yang baik di pelanggannya, sehungga menimbulkan adanya loyalitas terhadap Simpati.

Kualitas layanan telah dianggap sebagai suatu tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun (Kotler 2009, dan Noel *et al* 2001). Hal ini tentu harus ditangkap baik oleh para pemasar, dimana mereka harus melihat perkembangan layanan yang diberikan kepada pelanggan. Kualitas layanan yang diterima oleh pelanggan lebih baik atau sama dengan apa yang ia bayangkan, maka pelanggan akan cenderung mencobanya lagi. Dalam membangun loyalitas pelanggan diperlukan upaya perusahaan untuk terus memberikan kualitas terbaik pada setiap produk atau layanan yang menjadi miliknya, sehingga dapat membentuk persepsi kualitas yang kuat di benak pelanggan.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapan. Dari latar belakang yang telah diuraikan tersebut, maka pertimbangan itulah yang mendorong peniliti untuk melakukan dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan mediasi Kepuasan pelanggan pada produk Simpati di Surabaya”.

1.2 Perumusan Masalah

Dari latar belakang masalah dan uraian di atas, maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada produk Simpati di Surabaya?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada produk Simpati di Surabaya?
3. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada produk Simpati di Surabaya?
4. Apakah citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh variable kepuasan pelanggan pada produk Simpati di Surabaya?
5. Apakah kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh variable kepuasan pelanggan pada produk Simpati di Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari latar belakang masalah dan perumusan masalah, maka tujuan yang akan di teliti adalah :

1. Menganalisis signifikansi pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan pada produk Simpati di Surabaya
2. Menganalisis signifikansi pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada produk Simpati di Surabaya

3. Menganalisis signifikansi pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada produk Simpati di Surabaya
4. Menganalisis signifikansi pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh variable kepuasan pelanggan pada produk Simpati di Surabaya
5. Menganalisis signifikansi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh variable kepuasan pelanggan pada produk Simpati di Surabaya

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi STIE Perbanas Surabaya, Simpati, pembaca dan tentu saja bagi peneliti. Manfaat-manfaat tersebut adalah sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi peneliti untuk menambah pemahaman mengenai citra merek, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan, terhadap loyalitas pelanggan pada produk simpati.

2. Bagi Perusahaan

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi perusahaan dalam upaya meningkatkan loyalitas pelanggan dengan memperhatikan variable-variabel citral merek, kualitas layanan, dan kepuasan kerja.

3. Bagi Pembaca

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembaca sebagai bahan ilmu pengetahuan, referensi, dan studi perbandingan untuk penelitian sejenis.

4. Bagi STIE Perbanas Surabaya

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi STIE Perbanas Surabaya untuk membantu perkembangan ilmu pengetahuan dalam kajian keilmuan dan perkembangan teknologi.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk mempermudah dalam penyusunan penelitian ini dan untuk memperjelas maksud serta tujuannya, maka dalam penelitian ini dibuat sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan penelitian terdahulu yang menjadi referensi penelitian, landasan teori mengenai citra merek, kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan, kerangka pemikiran dalam penelitian ini, serta rumusan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini meliputi rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi,

sampel dan teknik pengambilan sampel, instrumen penelitian, data, dan metode pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, instrument penelitian, serta teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini menjelaskan mengenai gambaran umum subyek penelitian serta analisis data yang meliputi deskriptif dan analisis statistic, 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.