

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pada masa sekarang ini, kompetisi di bidang usaha sangatlah ketat. Persaingan antar usaha mengharuskan perusahaan memiliki strategi untuk mempertahankan kepercayaan konsumen. Strategi yang dibuat perlu mempertimbangkan beberapa aspek yang akan membentuk loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan menjadi suatu hal yang sangat penting untuk diperhatikan oleh perusahaan. Semakin banyak pelanggan/konsumen yang loyal akan menguntungkan pihak perusahaan. Salah satu usaha yang berkembang pesat saat ini adalah dunia teknologi dan komunikasi contohnya telepon seluler.

Telepon seluler adalah alat komunikasi yang sangat dikenal di penjuru dunia mulai dari perkotaan sampai pedesaan. Alat ini tidak lagi dianggap alat mewah yang hanya segelintir orang saja yang mengetahuinya akan tetapi sudah dianggap sebagai kebutuhan semua orang. Harga yang terjangkau menjadi faktor telepon seluler dapat dimiliki oleh masyarakat mulai dari kalangan bawah sampai kalangan atas. Keunggulan dari telepon seluler yaitu kita dapat berkomunikasi dengan orang lain dimanapun kita berada.

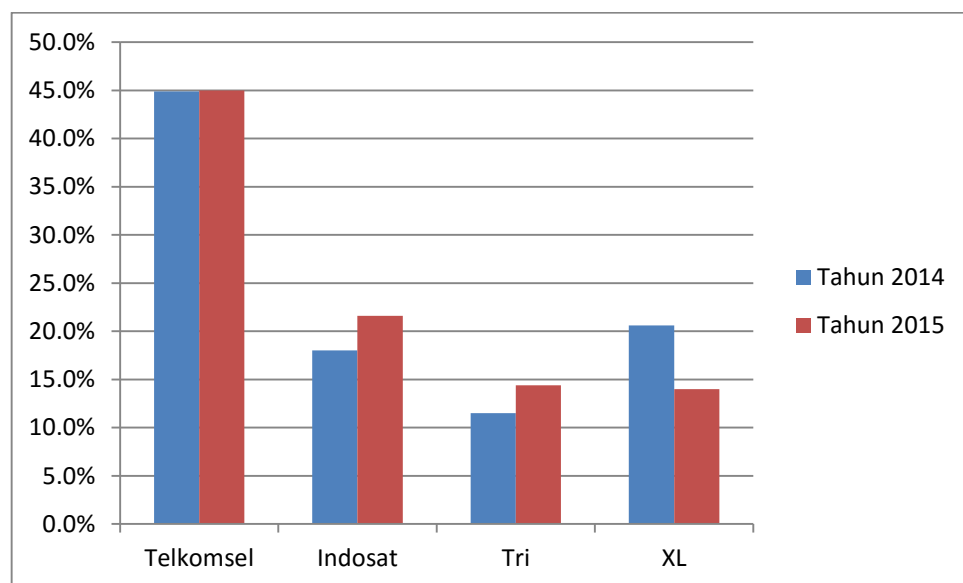
Pesatnya perkembangan telepon seluler saat ini tidak lepas dari operator penyedia jasa layanan telepon seluler. Di Indonesia terdapat beberapa layanan jasa telepon seluler yang saling bersaing untuk mendapatkan konsumen sebanyak-banyaknya. Strategi pemasaran antar layanan jasa diantaranya dengan inovasi produk, persaingan harga serta berbagai fasilitas layanan yang memanjakan konsumen untuk selalu loyal kepada penyedia layanan tersebut. Oleh sebab itu, penyedia layanan jasa provider telepon seluler harus pintar-pintar membuat strategi pemasaran agar pelanggan lama semakin loyal dan pelanggan baru banyak berdatangan.

Di Indonesia saat ini terdapat banyak sekali provider telepon seluler yang menawarkan fasilitas-fasilitas terbaiknya. Dari sekian banyak provider, salah satu yang terlaris saat ini adalah provider Telkomsel. Telkomsel (PT. Telekomunikasi Seluler) yang didirikan pada tahun 1995 ini merupakan operator terlaris dengan lebih dari 143 juta pelanggan pertahun 2015-2016. (sumber : <http://id.wikipedia.org/wiki/Telkomsel>).

Tabel 1.1 Papan Klasemen Provider Per tahun 2014 - 2015

No	Provider	Tahun 2014	Tahun 2015
1	Telkomsel	44,9%	45,0%
2	Indosat	18,0%	21,6%
3	Tri	11,5%	14,4%
4	XL	20,6%	14,0%

Sumber: <http://m.indotelko.com/>



Gambar 1.1 Grafik Pangsa Pasar Telekomunikasi Indonesia Tahun 2014 - 2015

Tabel 1.1 dan gambar 1.1 merupakan papan klasemen provider telepon seluler di Indonesia kuartal pertama tahun 2014 dan kuartal ketiga tahun 2015. Dapat dilihat bahwa Telkomsel masih menjadi nomor satu dari tahun 2014-2015. Melalui riset ini akan dianalisis faktor yang

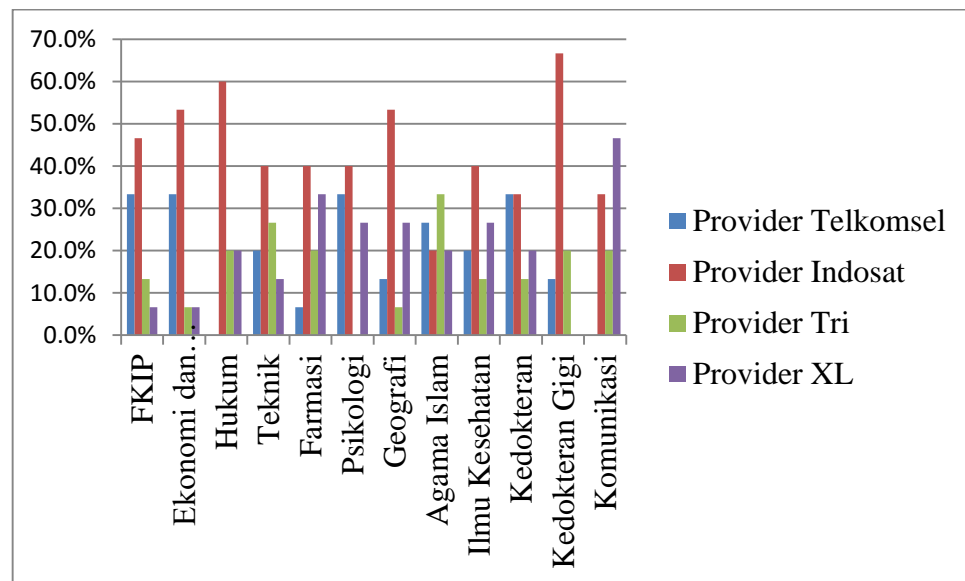
membentuk loyalitas konsumen terhadap provider telepon seluler telkomsel.

Telkomsel merupakan provider provider telepon seluler nomor 1 di Indonesia dan memiliki jumlah menara pemancar terbanyak diantara operator lainnya. Jangkauan dan jaringan sinyal provider telkomsel bisa dibidang lebih lancar dibandingkan provider lainnya. Hal inilah yang menyebabkan konsumen tetap setia terhadap provider telkomsel meskipun untuk faktor harga bisa dibidang provider ini sangatlah mahal untuk kalangan mahasiswa. Namun bukan berarti tidak ada mahasiswa yang menggunakan provider ini. Berikut presentase pengguna provider di kalangan mahasiswa yang peneliti ambil sebagai data pendukung:

Tabel 1.2 Jumlah Pengguna Provider Telepon Seluler di Kalangan Mahasiswa

No	Fakultas	Provider			
		Telkomsel	Indosat	Tri	XL
1	FKIP	5	7	2	1
2	Ekonomi dan Bisnis	5	8	1	1
3	Hukum	0	9	3	3
4	Teknik	3	6	4	2
5	Farmasi	1	6	3	5
6	Psikologi	5	6	0	4
7	Geografi	2	8	1	4
8	Agama Islam	4	3	5	3
9	Ilmu Kesehatan	3	6	2	4
10	Kedokteran	5	5	2	3
11	Kedokteran Gigi	2	10	3	0
12	Komunikasi	0	5	3	7
Jumlah		35	79	29	37

Sumber : Data Pribadi



Gambar 1.2 Presentase Jumlah Pengguna Provider di Kalangan Mahasiswa

Tabel 1.2 dan gambar 1.2 diambil dengan cara melakukan wawancara kepada mahasiswa yang tidak sengaja ditemui oleh peneliti di 12 Fakultas yang ada di Universitas Muhammadiyah Surakarta. Setiap Fakultas diambil sampel 15 orang. Menurut tabel dan grafik diatas, terdapat beberapa mahasiswa yang masih menggunakan provider Telkomsel walaupun harganya tidaklah ramah dikantong. Mereka berpendapat bahwa harga sudah sebanding dengan manfaat yang ada dikarenakan di area kampus Universitas Muhammadiyah Surakarta provider lain sangat susah untuk mencari sinyal dibandingkan provider Telkomsel.

Akan tetapi disini membicarakan tentang konsumen yang keseluruhannya adalah kawula muda. Kawula muda cenderung mempunyai loyalitas yang tidak terlalu tinggi. Mereka seakan memiliki sifat ingin tahu atau ingin mencoba sesuatu yang baru. Dengan banyaknya provider telepon seluler yang menawarkan harga lebih murah saat ini, mampu menarik minat mahasiswa. Hal inilah yang menyebabkan pihak provider Telkomsel haruslah lebih sering mengadakan sosialisasi di kalangan mahasiswa.

Menurut Tjiptono (2000) loyalitas konsumen adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merk, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif. Pelanggan merupakan seseorang yang terus menerus dan berulang kali datang ke suatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk atau jasa tersebut. Dari beberapa hal yang sudah dipertimbangkan, peneliti memilih 5 variabel yang terkait dalam keputusan untuk tetap loyal terhadap produk tersebut. Variabel ini dibuat berdasarkan wawancara dengan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta yang dipilih secara acak dan didapat hasil yaitu harga, kualitas sinyal, rekomendasi, fitur yang ada serta promosi.

Melihat fenomena ini peneliti tertarik untuk meneliti apa saja faktor yang membentuk loyalitas pelanggan khususnya mahasiswa jurusan teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta terhadap provider telepon seluler telkomsel. Peneliti akan menggunakan metode analisis faktor eksploratori (*Eksploratory Factor Analysis*) yang dilanjutkan dengan analisis faktor konfirmatori (*Confirmatory Factor Analysis*) dengan menggunakan SPSS 17.00. Analisis faktor merupakan suatu teknik statistika yang dapat digunakan untuk memberikan deskripsi yang relatif sederhana melalui reduksi jumlah peubah yang disebut faktor.

Dikarenakan untuk menghemat waktu dan biaya, responden yang akan diteliti hanya mahasiswa aktif Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta sebagai populasi penelitian. Sampel dalam penelitian ini dikhususkan bagi mahasiswa Fakultas Teknik semua angkatan yang menggunakan provider Telkomsel. Pemilihan tempat di Universitas Muhammadiyah Surakarta ini memiliki alasan yaitu area kampus sangatlah minim sinyal provider lain selain Telkomsel. Berdasarkan latar belakang diatas, maka dalam penyusunan skripsi ini peneliti mengambil judul **Analisis faktor loyalitas konsumen terhadap provider telepon seluler telkomsel.**

## 1.2 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Penelitian yang dilakukan hanya pada konsumen yang loyal terhadap produk telkomsel khususnya simpati, loop dan kartu As karena 3 produk inilah yang sering dipakai oleh kalangan kawula muda.
- b. Objek penelitian adalah mahasiswa Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta yang memakai provider telepon seluler telkomsel khususnya pengguna GSM simpati, loop dan kartu As.
- c. Variabel- variabel penelitian meliputi keputusan konsumen dalam keinginannya untuk tetap loyal terhadap produk telkomsel berdasarkan harga, kualitas sinyal, rekomendasi, fitur dan promosi.
- d. Metode analisis menggunakan analisis faktor eksploratori (EFA) dan analisis faktor konfirmatori (CFA).

## 1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah:

- a. Berapa faktor yang terbentuk dari 5 variabel yang telah ditentukan?
- b. Apa saja faktor yang mempengaruhi terbentuknya loyalitas pelanggan Provider telepon seluler Telkomsel?

## 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui jumlah faktor yang terbentuk dari 5 variabel yang telah ditentukan.
- b. Untuk mengetahui nama faktor yang membentuk loyalitas pelanggan terhadap Provider telepon seluler Telkomsel

### **1.5 Manfaat Penelitian**

- a. Diketahui bahwa terdapat 5 variabel yang akan dibentuk menjadi beberapa variabel set baru yang dinamakan faktor untuk menggantikan posisi sejumlah variabel tertentu.
- b. Dihasilkan jumlah dan nama faktor dominan berdasar 5 variabel yang membentuk loyalitas pelanggan Provider telepon seluler Telkomsel.

### **1.6 Sistematika Penulisan**

Dalam penulisan penelitian, sistematika penulisan disusun berdasarkan bab demi bab yang akan diuraikan sebagai berikut:

- Bab I : PENDAHULUAN  
Berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan sistematika penulisan
- Bab II : TINJAUAN PUSTAKA  
Berisi tentang teori- teori tentang loyalitas pelanggan, loyalitas merek, kerangka pemecahan masalah, hipotesis penelitian dan penelitian yang relevan.
- Bab III : METODE PENELITIAN  
Berisi tentang variabel penelitian, objek penelitian, penelitian sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, serta metode analisis data.
- Bab IV : HASIL DAN PEMBAHASAN  
Berisi mengenai deskripsi objek penelitian, analisis data, dan pembahasan.
- Bab V : PENUTUP  
Berisi mengenai kesimpulan dan saran.