

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era globalisasi oleh perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan berkembang dengan sangat pesat. Beberapa teknologi yang berkembang saat ini seperti gadget, laptop, dan tablet. Pada dasarnya jaman dahulu telepon seluler merupakan barang yang sangat mewah, tidak semua masyarakat memilikinya. Namun sekarang gadget merupakan barang yang mudah dijumpai juga semua orang bisa memilikinya. Dalam menggunakan gadget, laptop, dan tablet bisa juga diisi dengan media sosial seperti Instagram, whatsapp, facebook, dan lain lain. Untuk memudahkan kita dalam akses mencari informasi dari internet kita juga perlu menggunakan jaringan internet dengan menggunakan kartu perdana.

Kartu perdana sendiri ada beberapa macam seperti Indosat, Telkomsel atau Simpati, XL, Axiss, Smartfreen, dan lain lain. Karena mengikuti perkembangan teknologi, kartu perdana juga mengalami perkembangan yang begitu pesat. Dengan banyaknya berbagai macam kartu perdana juga memudahkan kita untuk memilih kartu perdana dengan sesuai yang kita butuhkan. Banyaknya perusahaan kartu perdana membuat persaingan antara perusahaan juga semakin ketat, dengan memberikan keunggulan masing – masing dari kartu perdana yang mereka miliki agar menarik perhatian atau minat pelanggan untuk

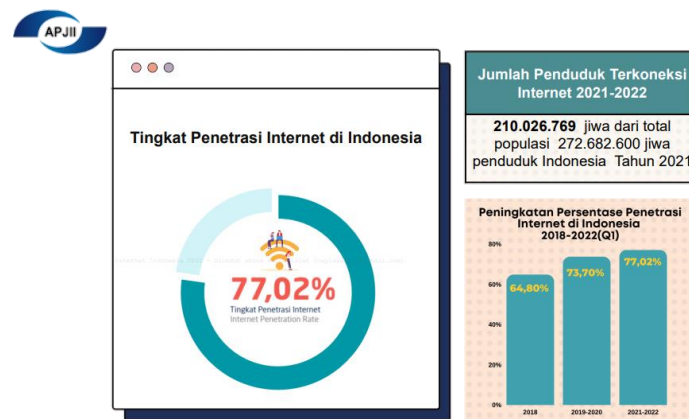
menggunakan layanan kartu perdana tersebut. Dalam persaingan tersebut tentunya perusahaan layanan kartu perdana berlomba – lomba untuk mempromosikan keunggulan dari produknya kepada pelanggan.

Pengguna gadget saat ini tidak hanya orang dewasa melainkan anak – anak juga pintar mengoperasikan gadget atau lebih dikenal dengan smartphone. Pada zaman sekarang gadget atau smartphone sangat penting sebagai penunjang aktivitas pekerjaan ataupun belajar mengajar karena sejak adanya pandemi covid-19 yang mewajibkan semua aktivitas dikerjakan dari rumah. Untuk memudahkan bertukar informasi, akses internet sangat dibutuhkan meski harus membayar mahal untuk mendapatkan akses internet dengan kualitas yang bagus. Hingga saat ini semua pekerjaan juga masih dilakukan secara online jika memang mengharuskan dikerjakan secara online. Tidak luput dengan belajar mengajar juga sering dilakukan secara online terutama pada mahasiswa.

Seperti halnya pada mahasiswa Universitas Islam Lamongan juga sering mengadakan kegiatan belajar mengajar secara online dikarenakan kondisi yang kurang memungkinkan untuk belajar tatap muka. Tak jarang mahasiswa harus pergi ke warung kopi agar bisa mengikuti kegiatan belajar online yang harus menggunakan aplikasi yang disebut zoom atau juga Gmeet. Untuk memudahkan proses belajar online kita harus mengakses internet dengan menggunakan kartu perdana. Ada beberapa kartu yang sangat dominan digunakan oleh masyarakat untuk mengakses internet yaitu Indosat, Telkomsel atau Simpati, XL, Axis,

Smartfreen. Tetapi kartu Telkomsel atau Simpati yang saat ini banyak yang menggunakannya karena akses internet yang mudah dijangkau di seluruh plosok nusantara.

Persentase dari penggunaan internet dari tahun ke tahun dapat dilihat sebagai berikut :



Gambar 1. 1 Peningkatan Persentase Penetrasi Internet di Indonesia 2018-2022 (sumber dari APJII)

Seperti halnya pada grafik diatas merupakan persentase penggunaan data seluler untuk mengakses internet pada handphone masing-masing dari tahun ke tahun yang mengalami peningkatan yang cukup signifikan .

Berikut ini terdapat beberapa komentar dari pelanggan telkomsel yang saya dapat dari medsos. Menurut akun @ayuwulandari : "saya merasa puas selama berlangganan dengan provider ini, mereka memberikan pelayanan dengan fast respon setiap saya mengeluhkan kepada pihak operatornya, terimakasih telkomsel semoga kedepannya selalu mempertahankan pelayan tersebut". Komentar kedua menurut

akun @bagusarya_ : "saya sedikit puas dengan pelayanan yang diberikan meski terkadang jaringan tidak stabil tapi pihak operator selalu memberikan respon yang baik dan menjelaskan sejas-jelasnya". Menurut akun @angunnovitasari : "saya setuju karna kalau ingin mendapatkan kualitas internet yang baik memang ada harga yg pantas jadi gak salah jika memang harganya yang mahal tapi menurut saya itu sepadan dengan yang kita dapat yaitu jaringan internet yg lancar dan bagus."

Pelayanan merupakan kegiatan yang tidak terlihat (tidak mungkin disentuh) atau rangkaian kegiatan yang terjadi sebagai hasil interaksi antara konsumen dengan karyawan atau elemen lain yang disediakan oleh perusahaan (Widiari dan Darma (2019)). Kemajuan teknologi saat ini menurutnya perusahaan harus lebih kreatif dan inovatif dalam memasarkan produknya (Juzer dan Darma, 2019). Perusahaan harus memiliki lebih banyak produk untuk ditawarkan kepada pelanggan (Krisnamurti dan Darma, 2015).

Pelanggan harus dapat membandingkan kualitas produk yang ditawarkan dengan produk lain (Pranatha dan Dharma, 2014). Memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan memberi mereka kepuasan, dan kepuasan pelanggan adalah yang membuat perusahaan tetap hidup dalam persaingan pasar (Adnyasuari dan Darma, 2017; Angka dan Darma, 2016). Kepuasan pelanggan adalah seseorang yang merasa senang atau kecewa sejak lahir (Widiastra dan Darma, 2015). Kepuasan konsumen adalah tingkat sentimen konsumen setelah

membandingkan apa yang diterima dengan apa yang diharapkan (Umar, 2005:65).

Kepuasan pelanggan adalah tingkat emosi ketika seseorang menyatakan hasil membandingkan kinerja suatu produk atau jasa yang diterima sesuai dengan yang diharapkan. Saat ini minat produsen terhadap kepuasan konsumen semakin meningkat. Pada dasarnya tujuan dari setiap perusahaan produk atau jasa adalah untuk memuaskan konsumen dan membangkitkan loyalitas konsumen (menurut Lupiyoadi (2008: 192)). Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan (menurut Tjiptono (2007: 349)) sebagai tanggapan pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (discord) antara harapan awal sebelum membeli suatu produk atau menggunakan suatu jasa.

Kepercayaan dibangun atas harapan bahwa pihak lain akan bertindak sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Brand trust (kepercayaan terhadap suatu merek) dalam didefinisikan sebagai keinginan pelanggan untuk mengandalkan suatu merek dengan risiko yang dihadapi karena harapan bahwa merek tersebut akan mengarah pada hasil yang serupa. positif (Tjahyadi, 2006: 71). Kepercayaan merek konsumen variabel yang mengarah pada keterlibatan pengguna dengan keterlibatan tinggi, di mana memiliki dampak yang kuat pada peringkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan (Afzal, dkk., 2010). Setiap tujuan adalah untuk memenuhi kebutuhan pelanggan aset berharga perusahaan dan titik awal untuk membangun loyalitas merek konsumen (Indrasari, 2019). Menurut Vijayanthi (2018), konsep

kepuasan pelanggan merupakan respon emosional Kemarahan, Ketidakpuasan, Kesenangan, dan Netralitas sebagai Hasil Evaluasi Reaksi Pasca Pembelian penggunaan produk.

1.2 Perumusan Masalah

1. Apakah kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepercayaan penggunaan kartu telkomsel pada Mahasiswa Universitas Islam Lamongan ?
2. Apakah kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepercayaan penggunaan kartu telkomsel pada Mahasiswa Universitas Islam Lamongan ?
3. Apakah kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan berpengaruh secara dominan terhadap kepercayaan penggunaan kartu telkomsel pada Mahasiswa Universitas Islam Lamongan ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Unutuk mengetahui apakah kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepercayaan penggunaan kartu telkomsel pada Mahasiswa Universitas Islam Lamongan ?
2. Unutuk mengetahui apakah kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepercayaan penggunaan kartu telkomsel pada Mahasiswa Universitas Islam Lamongan ?

3. Unutuk mengetahui apakah kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan berpengaruh secara dominan terhadap kepercayaan penggunaan kartu telkomsel pada Mahasiswa Universitas Islam Lamongan ?

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Sebagai wadah dalam menerapkan ilmu yang sudah diperoleh selama di bangku perkuliahan.

2. Bagi universitas

Agar penelitian dapat sebagai bahan acuan dan tambahan informasi serta referensi bagi peneliti berikutnya.

3. Bagi Pembaca

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan pengetahuan untuk melakukan penelitian yang lebih lanjut.