

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi komunikasi dewasa ini telah berdampak pada persaingan dalam dunia usaha baik di bidang industri perdagangan maupun bidang jasa yang semakin ketat. Kemajuan tersebut telah membawa masyarakat untuk lebih jauh mengenal teknologi seperti telepon genggam. Telepon genggam telah mempengaruhi bagaimana konsumen berkomunikasi, serta mendorong konsumen untuk berkomunikasi dengan frekuensi yang banyak dan dengan waktu yang lebih lama. Dengan telepon genggam, konsumen juga dapat bertransaksi perbankan, *browsing* internet, mendengarkan musik, membaca *e-book*, dan lain-lain.¹ Maraknya penggunaan telepon genggam ini juga berdampak pada meningkatnya minat terhadap kartu seluler yang di gunakan sebagai sarana mengaktifkan telepon genggam.

Konsumen bagi perusahaan ibarat sebagai raja, oleh karena itu setiap perusahaan akan selalu berlomba untuk memberikan yang terbaik agar konsumen tersebut merasa puas. Karena ketika sebuah perusahaan dapat memberikan kepuasan kepada konsumen, maka dapat di katakan bahwa perusahaan tersebut telah mendapat suatu nilai positif.

¹ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), 14.

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang di pikirkan terhadap kinerja yang di harapkan.² Konsumen yang puas akan melakukan pembelian ulang di perusahaan tersebut dan mereka akan merekomendasikan pada orang lain atas apa yang mereka rasakan. Kepuasan konsumen dapat tercapai ketika suatu produk memiliki kualitas. Artinya, produk di katakan berkualitas ketika telah menjalankan fungsinya dengan baik dan sesuai dengan harapan-harapan konsumen.³

Konsep yang sangat erat kaitannya dengan kepuasan konsumen adalah loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan merupakan komitmen untuk bertahan secara mendalam dengan melakukan pembelian ulang atau berlangganan kembali dengan produk atau jasa yang di minati secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perilaku berpindah.⁴

Kotler, Hayes dan Bloom menyatakan ada enam alasan mengapa perusahaan harus menjaga dan mempertahankan pelanggannya. *Pertama:* pelanggan yang sudah ada, prospeknya dalam memberi keuntungan cenderung lebih besar. *Kedua:* biaya menjaga dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada jauh lebih kecil daripada biaya mencari pelanggan baru. *Ketiga:* pelanggan yang sudah percaya pada satu

² Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua Belas* (Jakarta: Indeks, 2007), 177.

³ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran dan Jasa* (Jakarta: Salemba, 2006), 102.

⁴ Fandi Tjiptono, *Manajemen Jasa* (Malang: Bayu Media, 2006), 387.

perusahaan dalam satu urusan bisnis, cenderung akan percaya juga dalam urusan/bisnis yang lain. *Keempat*: jika pada suatu perusahaan banyak langganan lama, akan memperoleh keuntungan karena adanya peningkatan efisiensi. *Kelima*: pelanggan lama tentu telah banyak pengalaman positif berhubungan dengan perusahaan, sehingga mengurangi biaya psikologis dan sosialisasi. *Keenam*: pelanggan lama akan selalu membela perusahaan dan berusaha pula menarik atau memberi referensi teman-teman lain dan lingkungannya untuk mencoba berhubungan dengan perusahaan.⁵

Berdasarkan penjelasan di atas bahwasannya kepuasan konsumen perlu di pelihara dan di pertahankan agar dapat menciptakan dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Penelitian mengenai loyalitas pelanggan sangat penting di lakukan karena jika konsumen loyal pada suatu produk atau jasa maka perusahaan akan tetap dapat mempertahankan penghasilan dan laba yang terus di peroleh.⁶ Penghasilan dan laba sangat mempengaruhi tingkat keberlangsungan hidup suatu perusahaan.

Peneliti tertarik meneliti produk kartu seluler Indosat karena Indosat yang saat ini bernama Indosat Ooredoo merupakan perusahaan penyedia jasa telekomunikasi dan jaringan telekomunikasi di Indonesia.⁷ Pada tahun 2016, Telkomsel memimpin industri dalam negeri dengan jumlah pelanggan mencapai 157,4 juta. Indosat berada di tempat kedua dengan pelanggan mencapai 85 juta. Di susul dengan Tri dan XL yang

⁵ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2013), 275.

⁶ Jonathan Sarwono, *Marketing Intelligence* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), 148.

⁷ "Indosat Ooredoo", *Wikipedia*, http://id.m.wikipedia.org/wiki/Indosat_Ooredoo, diakses tanggal 25 Desember 2017.

berada di posisi ketiga dan ke empat dengan masing-masing 56,5 juta dan 44 juta pelanggan.⁸ Berdasarkan data tersebut, antara Indosat, Tri, dan XL mempunyai jumlah pelanggan yang tidak beda jauh. Sehingga Indosat harus terus jaga jarak dengan Tri dan XL supaya tidak tergeser oleh mereka.

Pondok Pesantren Avissina merupakan pondok yang terletak di kawasan sekitar sekolah dan kampus. Sehingga mayoritas santri pada pondok pesantren tersebut adalah siswa MTsN, MAN, dan mahasiswa IAIN. Pondok tersebut merupakan pondok yang tidak menyediakan fasilitas telepon umum dan wifi sehingga memperbolehkan santrinya membawa handphone.

Tabel 1.1
Data Santri pada Pondok Pesantren Avissina Ngronggo Kediri

No	Keterangan	Tingkat		
		MTsN	MAN	IAIN
1	Santriwan	17	18	15
2	Santriwati	15	31	133
Jumlah		32	49	148
Total		229		

Sumber: Data Pondok Pesantren Avissina

Tabel 1.1 menjelaskan bahwa dari total 229 santri Pondok Pesantren Avissina, jumlah santriwati lebih banyak daripada jumlah santriwan, yaitu jumlah santriwati 179 dan jumlah santriwan 50. Dan dari 179 santriwati tersebut, jumlah santriwati tingkat IAIN 133, santriwati tingkat MAN 31, dan santriwati tingkat MTsN 15. Sehingga mayoritas santriwati pada Pondok Pesantren Avissina yaitu santriwati tingkat IAIN.

⁸ "Siapa Operator Seluler yang Mempunyai Pelanggan Terbanyak?", <http://www.katadata.co.id>, 3 Mei 2017, diakses tanggal 2 Desember 2017.

Oleh karena itu, dalam penelitian ini responden yang akan di teliti yaitu santriwati Pondok Pesantren Avissina.

Peneliti memfokuskan santriwati sebagai objek penelitian karena menurut data yang di dapat peneliti bahwa mayoritas santriwati Pondok Pesantren Avissina yaitu santriwati tingkat IAIN. Santriwati tingkat IAIN merupakan fase usia dewasa awal. Fase dewasa awal jika di kaitkan dengan usia mahasiswa pada fase ini menunjukkan bahwa peran, tugas dan tanggung jawab mahasiswa bukan hanya pencapaian keberhasilan akademik, melainkan mampu menunjukkan perilaku dan pribadi untuk mengeksplorasi berbagai gaya hidup dan nilai-nilai secara cerdas dan mandiri, yang menunjukkan penyesuaian diri terhadap pola-pola kehidupan baru dan harapan sosial yang baru sebagai orang dewasa.⁹

Menurut Anderson (dalam Mappiare: 17), ciri-ciri perkembangan dewasa awal yaitu: 1) Berorientasi pada tugas, bukan pada diri atau ego; 2) Tujuan-tujuan yang jelas dan kebiasaan-kebiasaan kerja yang efisien; 3) Mengendalikan perasaan pribadi; 4) Keobjektifan; 5) Menerima kritik dan saran; 6) Pertanggungjawaban terhadap usaha-usaha pribadi; 7) Penyesuaian yang realistis terhadap situasi-situasi baru.¹⁰

⁹ SutrianiKEY, “karakteristik perkembangan masa dewasa”, *Wordpress*, <https://mndutriani.wordpress.com/2012/06/22/karakteristik-perkembangan-masa-dewasa/amp/>, diakses tanggal 3 April 2018.

¹⁰ “Psikologi (Perkembangan Dewasa Awal)”, *Wordpress*, <https://psychologymania.wordpress.com/2011/07/12/psikologi-perkembangan-dewasa-awal/>, di akses 3 April 2018.

Berdasarkan observasi awal peneliti, Indosat Ooredoo menduduki posisi pertama atas produk kartu seluler yang di gunakan oleh santriwati Pondok Pesantren Avissina. Hal ini terdapat pada data berikut.

Tabel 1.2
Jumlah Pengguna Kartu Seluler Pada Santriwati Pondok Pesantren Avissina Ngronggo Kediri

Jumlah Santriwati	Merek					
	179	Indosat Ooredoo	Telkomsel	XL	Three (3)	Axis
	93	38	21	16	10	1

Sumber: Hasil Observasi pada tanggal 15 Februari 2018

Tabel 1.2 menjelaskan bahwa dari total 179 santriwati, yang menjadi pengguna kartu seluler Indosat Ooredoo lebih tinggi di banding kartu seluler lain, yaitu 93 santriwati, sedangkan sisanya menjadi pengguna kartu seluler Telkomsel sebanyak 38 santriwati, XL 21 santriwati, Three (3) sebanyak 16 santriwati, Axis 10 santriwati, dan Smartfren 1 santriwati.

Tabel 1.3
Jumlah Pembeli Indosat Ooredoo pada santriwati Pondok Pesantren Avissina Ngronggo Kediri

Beli 1 Kali	0
Beli > 1 Kali	93
Jumlah	93

Sumber: Hasil Observasi pada tanggal 15 Februari 2018

Tabel 1.3 menjelaskan bahwa dari total 93 santriwati Pondok Pesantren Avissina yang menggunakan kartu seluler Indosat Ooredoo, semuanya membeli lebih dari satu kali.

Dari 93 santriwati tersebut, mereka menggunakan kartu seluler Indosat Ooredoo di karenakan beberapa faktor yang terdapat di tabel berikut ini.

Tabel 1.4
Jumlah Pelanggan Indosat Ooredoo pada santriwati Pondok Pesantren Avissina Ngronggo Kediri

No	Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan	Pelanggan Indosat ooredoo
1	Kepuasan	62
2	Ikatan Emosi	17
3	Kepercayaan	2
4	Kemudahan	12
5	Pengalaman dengan perusahaan	0
	Jumlah Pelanggan	93

Sumber: Hasil observasi pada tanggal 28 Februari 2018

Tabel 1.4 menjelaskan bahwa dari total 93 santriwati Pondok Pesantren Avissina yang menggunakan kartu seluler Indosat Ooredoo, ada 62 santriwati yang loyal menggunakan kartu seluler Indosat Ooredoo di karenakan kepuasan, 17 di karenakan ikatan emosi, 2 di karenakan kepercayaan, 12 di karenakan kemudahan, dan tidak ada yang di karenakan pengalaman dengan perusahaan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka di lakukan penelitian yang berjudul “PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN KARTU INDOSAT OOREDOO PADA SANTRIWATI PONDOK PESANTREN AVISSINA NGRONGGO KEDIRI”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat di rumuskan permasalahan penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kepuasan konsumen terhadap kartu Indosat Ooredoo pada santriwati Pondok Pesantren Avissina Ngronggo Kediri?
2. Bagaimana loyalitas pelanggan pada santriwati Pondok Pesantren Avissina Ngronggo Kediri terhadap kartu Indosat Ooredoo?
3. Bagaimana pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan kartu Indosat Ooredoo pada santriwati Pondok Pesantren Avissina Ngronggo Kediri?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap kartu Indosat Ooredoo pada santriwati Pondok Pesantren Avissina Ngronggo Kediri.
2. Untuk mengetahui loyalitas pelanggan pada santriwati Pondok Pesantren Avissina Ngronggo Kediri terhadap kartu Indosat Ooredoo.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan kartu Indosat Ooredoo pada santriwati Pondok Pesantren Avissina Ngronggo Kediri.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini bermanfaat untuk:

1. Bagi Akademik

Penelitian ini di harapkan dapat menambah pengetahuan dan dapat mengetahui kemampuan mahasiswa dalam penguasaan materi yang sudah di peroleh di perkuliahan serta menambah koleksi kepustakaan IAIN Kediri.

2. Bagi Perusahaan

Untuk menambah informasi kepada pihak perusahaan khususnya dalam hal kepuasan konsumen.

3. Bagi penulis

Salah satu sarana penerapan ilmu ekonomi yang sudah di dapatkan di perkuliahan untuk mengaplikasikannya dalam bentuk penelitian sehingga dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis tentang masalah yang di teliti.

4. Bagi Pihak Lain

Di harapkan dapat memberikan informasi dan wacana kepada masyarakat tentang pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan Indosat Ooredoo.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian, yang kebenarannya masih harus di uji secara empiris. Hipotesis merupakan jawaban terhadap masalah penelitian yang secara teoritis di anggap paling mungkin dan paling tinggi tingkat kebenarannya.¹¹

Adapun hipotesis yang dapat di bentuk dalam penelitian ini adalah:

1. H_a : Hipotesis alternatif (H_a) yang menyatakan adanya pengaruh antara variabel x dan variabel y, atau adanya perbedaan antara dua kelompok.¹² Yaitu ada pengaruh kepuasan konsumen terhadap

¹¹ Sumardi Suryabrata, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), 21.

¹² Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu PendekatanPraktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), 66.

loyalitas pelanggan Indosat Ooredoo pada santriwati Pondok Pesantren Avissina Ngronggo Kediri.

2. H_0 : Hipotesis nol (H_0) atau hipotesis nihil yang menyatakan tidak adanya pengaruh antara variabel x dan variabel y.¹³ Yaitu tidak ada pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan Indosat Ooredoo pada santriwati Pondok Pesantren Avissina Ngronggo Kediri.

F. Telaah Pustaka

Penelitian mengenai kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan telah di lakukan oleh peneliti sebelumnya. Di antaranya adalah penelitian oleh:

1. Skripsi dari Mia Rahmawati dalam judulnya “PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (STUDI KASUS: HONDA VARIO)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pembentukan loyalitas pelanggan. Dan metode yang di gunakan yaitu kuantitatif.

Penelitian ini mempunyai persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan penulis teliti. Persamaannya terletak pada variabel independen yaitu kepuasan pelanggan dan variabel dependennya yaitu loyalitas pelanggan. Sedangkan perbedaannya terletak pada objeknya. Dalam penelitian di atas objeknya yaitu mengenai honda vario, sedangkan dalam penelitian yang akan penulis teliti yaitu mengenai kartu seluler indosat ooredoo.

¹³ Ibid., 67.

2. Skripsi dari Rahmadhi Mersyah Indra Setiawan dalam judulnya “PENGARUH KINERJA PELAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BENS SALON DI BANDAR LAMPUNG”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja pelayanan jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil uji t sebesar $10,058 > 1,984$ t tabel dan nilai R square = 0,508 atau 50,8%.

Penelitian ini mempunyai persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan penulis teliti. Persamaannya terletak pada metode yang digunakan, yaitu kuantitatif dan variabel kepuasan konsumen, namun letak variabel kepuasan konsumen berbeda dengan yang akan penulis teliti. Pada penelitian di atas kepuasan konsumen berada di variabel dependen, sedangkan dalam penelitian penulis, terletak pada variabel independen. Produk dan objek yang diteliti juga berbeda.

3. Skripsi dari Helisia Krisdayanti dalam judulnya “PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA MINIMARKET KERTAPATI JAYA INDAH PALEMBANG”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen, dengan nilai t hitung $> t$ tabel ($9,682 > 1,98477$). Dan kepuasan konsumen juga berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen, dengan nilai t hitung $> t$ tabel ($6,525 > 1,98477$).

Penelitian ini mempunyai persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan penulis teliti. Persamaannya terletak pada metode yang di gunakan, yaitu kuantitatif dan variabel kepuasan konsumen. Sedangkan perbedaannya terletak pada jumlah variabel independen. Serta produk dan objek yang di teliti juga berbeda.