

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Di dunia modern, telekomunikasi kini menjadi komponen penting dalam kehidupan kita sehari-hari. Kita dapat dengan cepat dan efektif mengkomunikasikan informasi dari jarak jauh dengan menggunakan teknologi komunikasi. Semakin banyak orang yang menggunakan internet untuk berinteraksi dan menerima informasi karena internet menjadi semakin penting di dunia kemajuan teknologi yang serba cepat ini. Di era globalisasi dan digital saat ini, masyarakat memenuhi kebutuhannya dengan cara yang beragam, tidak hanya melalui produk barang, tetapi juga produk jasa. Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi menjadi faktor utama yang mendorong pertumbuhan pesat peradaban manusia, termasuk dalam telekomunikasi, informasi, dan internet yang semakin maju. Karena setiap perusahaan di Indonesia terus berusaha untuk memperluas pangsa pasar dan menarik pelanggan baru, lingkungan bisnis sangat kompetitif. Bisnis/perusahaan harus dapat memilih rencana pemasaran terbaik agar dapat bertahan, memenangkan kompetisi, dan mencapai tujuannya. Pada dasarnya, konsumen memiliki lebih banyak pilihan untuk memilih barang yang memenuhi harapan mereka ketika ada lebih banyak pesaing. Sebuah bisnis harus melakukan banyak usaha untuk menjaga agar pelanggannya tetap loyal karena persaingan yang ketat akan berdampak tidak langsung pada kemampuannya untuk mempertahankan pangsa pasar. Sebagai hasilnya, mempertahankan loyalitas pelanggan adalah aktivitas krusial yang harus terus dilakukan oleh sebuah perusahaan. Karena kemungkinan mendapatkan klien baru lima kali lebih mahal daripada menjaga pelanggan yang sudah ada, umumnya lebih menguntungkan untuk mempertahankan semua klien saat ini daripada kehilangan satu pun.

Berdasarkan kondisi di lapangan, pelanggan IndiHome di Kota

Gunungsitoli menghadapi beberapa fenomena yang khas. Pertama, kualitas jaringan internet masih sering mengalami gangguan, khususnya pada saat cuaca buruk, sehingga menimbulkan keluhan dari pelanggan. Kedua, respons teknisi terkadang lambat karena keterbatasan jumlah petugas layanan di daerah kepulauan. Ketiga, sebagian pelanggan menyatakan kepuasan tinggi terhadap layanan IndiHome, sementara sebagian lainnya merasa kecewa, yang menunjukkan adanya ketidakmerataan kualitas layanan. Selain itu, pelanggan IndiHome di Gunungsitoli umumnya berasal dari rumah tangga dan UMKM yang sangat bergantung pada internet untuk kegiatan usaha maupun pendidikan.

Berdasarkan permasalahan tersebut, dapat diidentifikasi masalah penelitian di Kota Gunungsitoli sebagai berikut: a. Kualitas jaringan IndiHome masih sering tidak stabil, terutama di saat cuaca buruk, b. Respons teknisi dalam menangani keluhan pelanggan masih kurang cepat. c. Citra merek IndiHome di Gunungsitoli belum sepenuhnya positif, karena adanya keluhan pelanggan yang menurunkan persepsi merek. d. Persaingan dengan penyedia internet lain yang mulai masuk ke wilayah Nias menuntut IndiHome untuk meningkatkan citra merek dan kualitas layanan agar tetap kompetitif.

Perusahaan perlu mengambil tindakan untuk mencapai keberhasilan dalam memajukan stabilitas penjualan produk. Langkah yang perlu diambil adalah menciptakan citra merek yang baik dan memberi pelayanan yang memuaskan, pelanggan kemungkinan akan tetap bertahan dalam waktu yang lama apakah mereka puas dengan hasil yang ditawarkan melalui barang atau jasa yang baik. Kebutuhan akan koneksi internet yang cepat dan andal mendorong pertumbuhan pesat industri penyedia daripada layanan sebuah *Internet Service Provider (ISP)*. Indonesia sendiri memiliki beberapa seperti, *IndiHome*, sebagai salah satu peserta utama di pasar ini, menawarkan berbagai paket layanan internet dan hiburan. Dalam pasar yang kompetitif, *branding* menjadi faktor krusial bagi IndiHome untuk membedakan diri dari

pesaing, menarik pelanggan, dan membangun loyalitas merek.

Pelanggan memiliki kesan yang baik tentang kualitas, keandalan, dan nilai ketika sebuah merek memiliki citra yang kuat yang ditawarkan oleh merek. Dalam konteks IndiHome, branding yang efektif dapat mempengaruhi kepuasan klien dengan layanan yang diberikan. Pelanggan yang puas dengan sebuah merek cenderung lebih loyal terhadapnya dan bersedia merekomendasikan layanan IndiHome kepada orang lain. Hubungan antara loyalitas pelanggan dan kualitas layanan serta citra merek. Citra daripada sebuah merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap cara klien memandang kualitas layanan IndiHome. Merek yang kuat dapat memberikan jaminan kualitas, sehingga pelanggan memiliki keyakinan bahwa mereka akan mendapatkan layanan berkualitas. Selain itu, *branding* juga berperan dalam membangun hubungan emosional dengan pelanggan. Merek yang berhasil menciptakan hubungan emosional yang kuat akan membuat pelanggan merasa terikat dan loyal. Kepuasan pelanggan adalah faktor kunci dalam membangun perlindungan. Pelanggan yang puas dengan layanan IndiHome lebih mungkin untuk tetap menggunakannya dan bahkan berubah *advocate* merek yang merekomendasikan IndiHome kepada orang lain. Loyalitas pelanggan yang tinggi pada akhirnya memberikan loyalti bagi IndiHome, seperti mengurangi biaya pemasaran, meningkatkan *customer lifetime value*, dan menciptakan keunggulan kompetitif.

Loyalitas tidak terjadi begitu saja; diperlukan rencana manajemen pelanggan untuk mencapainya. Bisnis perlu dapat mengidentifikasi kebutuhan dan harapan pelanggan mereka, baik sekarang maupun di masa depan. Untuk memperoleh atau membeli barang, konsumen sebagai individu harus terlebih dahulu melalui langkah-langkah tertentu, seperti mengumpulkan informasi dari iklan atau rekomendasi orang lain (*word of mouth*) setelah mengevaluasi satu barang dibandingkan barang lain dan selanjutnya menggunakannya, pelanggan akan membeli produk yang sama lagi (loyal) berdasarkan pengalaman mereka. meningkatkan persepsi merek di antara konsumen adalah

salah satu strategi untuk mendapatkan keunggulan kompetitif dalam menjaga loyalitas pelanggan.

Dalam konteks ini, citra merek dan kualitas layanan memegang peranan penting dalam membentuk loyalitas daripada pelanggan, kemudian Citra daripada suatu merek yang baik dapat membentuk persepsi positif di benak pelanggan, sementara kualitas layanan yang baik dapat memberikan pengalaman yang memuaskan. Namun, persaingan di industri telekomunikasi semakin ketat, dengan munculnya berbagai penyedia layanan internet lain yang menyediakan barang dan jasa yang sebanding. Oleh karena itu, IndiHome harus memahami elemen-elemen yang memengaruhi loyalitas pelanggan untuk menciptakan rencana terbaik untuk mempertahankan keunggulan kompetitif.

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan peneliti terdapat beberapa permasalahan antara lain: a. Persaingan yang ketat: Industri penyedia layanan internet di Indonesia memiliki Ada persaingan yang ketat. Barang dan jasa serupa disediakan oleh bisnis lain dengan IndiHome, b. Perubahan preferensi pelanggan: Preferensi dan harapan pelanggan terhadap layanan internet terus berubah seiring dengan perkembangan teknologi dan tren digital, c. Dampak citra merek: Loyalitas pelanggan dapat mendapatkan manfaat dari citra merek yang kuat. Namun, citra merek yang buruk dapat menyebabkan pelanggan beralih ke penyedia layanan lain, d. Peran kualitas layanan: Kualitas layanan yang baik, seperti kecepatan internet, keandalan jaringan, dan responsifitas layanan pelanggan, sangat penting dalam membentuk kepuasan dan loyalitas pelanggan, e. Dampak kepuasan daripada pelanggan: Loyalitas dapat dipicu oleh kepuasan pelanggan yang tinggi. Sebaliknya, ketidakpuasan pelanggan dapat menyebabkan pelanggan beralih ke penyedia layanan lain.

Penelitian mengenai pengaruh citra merek dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan ini sudah banyak dilakukan di berbagai daerah di Indonesia, seperti Jakarta, Medan, dan Semarang. Namun, masih terdapat

kesenjangan yaitu: Belum banyak penelitian yang dilakukan secara spesifik di Kota Gunungsitoli, yang memiliki karakteristik unik sebagai wilayah kepulauan dengan infrastruktur internet yang berbeda dibandingkan kota besar. Sebagian penelitian terdahulu menambahkan variabel mediasi seperti kepuasan pelanggan, sementara penelitian ini fokus secara langsung pada pengaruh citra merek dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan.

Dengan Memberikan konsumen layanan terbaik adalah hal yang penting dalam lingkungan yang kejam ini. Menjaga citra merek dengan baik dan memberikan kualitas layanan yang baik kepada pelanggan adalah dua cara untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dan mendorong pembelian. Perusahaan telekomunikasi harus sangat menyadari taktik ini. Berdasarkan permasalahan tersebut, Studi ini mencoba untuk memeriksa “**Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome Di PT. Telekomunikasi Indonesia (Telkom) Kota Gunungsitoli**”. Diharapkan bahwa temuan dari studi ini akan memberikan informasi yang berharga untuk IndiHome dalam meningkatkan loyalitas pelanggan dan mempertahankan posisi kompetitif di pasar.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah masalah diatas, dimana bisa di simpulkan terdapat beberapa identifikasi masalah yang di identifikasi

1. **Citra merek yang lemah berpotensi menurunkan loyalitas pelanggan**, karena pelanggan mudah berpindah ke penyedia lain yang dianggap lebih kredibel.
2. **Kualitas layanan IndiHome masih dipersepsikan bervariasi oleh pelanggan**, terutama terkait kecepatan internet, stabilitas jaringan, serta responsivitas layanan pelanggan.
3. **Persaingan antar penyedia layanan internet semakin ketat**, sehingga IndiHome perlu menjaga citra merek yang mampu membedakan diri dari kompetitor.

1.3. Batasan Masalah

Untuk memfokuskan peneliti dalam melakukan penelitian, maka dibuat batasan agar tidak menjangkau dan tidak membahas hal yang lain. Maka batasan masalah dalam studi ini ialah tentang stimulus daripada citra merek serta kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan indihome di PT.Telekomunikasi Indonesia (TELKOM) Kota Gunungsitoli.

1.4. Rumusan Masalah

Sebuah studi selalu terdapat masalah dan kesenjangan didalamnya, Oleh karena itu, pernyataan masalah dalam studi ialah:

1. Apa ada pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan INDIHOME di PT. Telekomunikasi Indonesia (TELKOM) Kota Gunungsitoli ?
2. Apa kah ada pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pelanggan INDIHOME di PT. Telekomunikasi Indonesia (TELKOM) Kota Gunungsitoli?
3. Apakah ada pengaruh citra merek dan kualitas layanan indihome terhadap loyalitas pelanggan pelanggan INDIHOME di PT. Telekomunikasi Indonesia (TELKOM) Kota Gunungsitoli?

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan dari studi ini akan ditentukan oleh peneliti. Adapun tujuan penelitian yaitu:

1. Untuk mengetahui apakah loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh citra merek Indihome
2. Untuk mengetahui apakah kualitas layanan memiliki dampak pada loyalitas klien
3. Untuk mengetahui apakah citra merek Indihome dan kualitas layanan memiliki dampak terhadap loyalitas pelanggan.

1.6. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penting dalam penelitian ini adalah :

1. Manfaat teoritis

Peneliti akan mendapatkan pemahaman tentang pengaruh citra daripada merek serta kulaitas layanan kepada loyalitas daripada konsumen.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi peneliti, sebagai acuan penyelesaian skripsi sebagai salah satu syarat menyelesaikan studi pada Universitas Nias Fakultas Ekonomi.
- b. Studi ini bisa memperluas wawasan serta memperkaya ilmu pengetahuan maupun pengembangan di lingkungan Universitas Nias Fakultas Ekonomi.
- c. Bagi lokasi penelitian PT. Telekomunikasi Indonesia TELKOM kota Gunungsitoli, menjadi masukan dan referensi dalam mengambil suatu kebijakan atau keputusan.
- d. Untuk Cendekiawan Mendatang Sebagai panduan untuk penelitian lebih lanjut yang berkaitan dengan studi ini.