

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

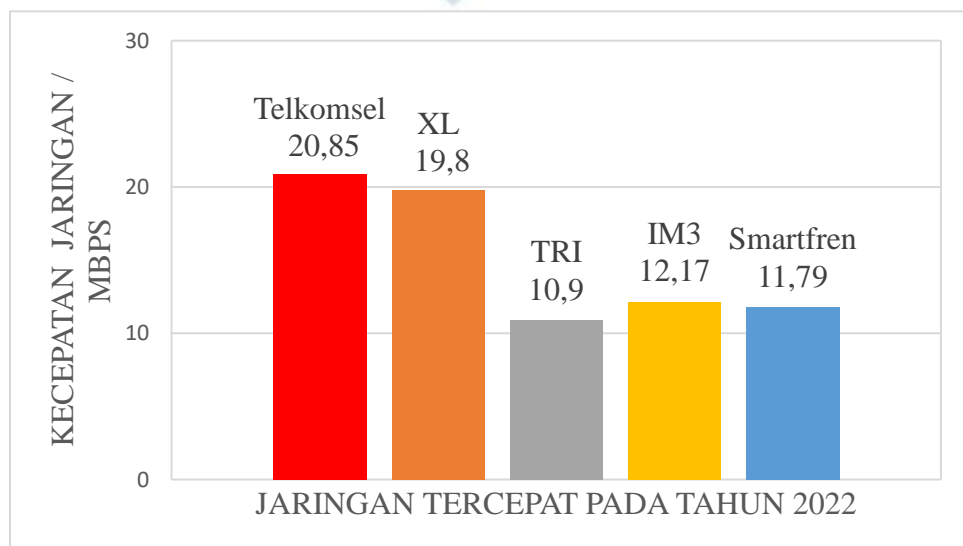
Dalam era globalisasi ini, perusahaan di seluruh dunia pada semua bidang dituntut untuk meningkatkan kualitas secara keseluruhan. Namun, ada peningkatan persaingan, dimulai dari bidang sosial, pendidikan, ekonomi, dan budaya, perkembangan teknologi di Indonesia ini sudah mengalami kemajuan yang sangat pesat. Terutama teknologi komunikasi yang telah digunakan sebagai alat untuk berinteraksi bagi masyarakat. Telekomunikasi membuat banyak kegiatan sehari-hari menjadi lebih mudah dilakukan kapan pun dan di manapun berkat kemajuan teknologi.

Telekomunikasi yaitu komunikasi jarak jauh melalui kawat (telegraf, telepon) dan radio seiring berkembangnya teknologi itu sendiri yang dimana sekarang Telepon seluler, Laptop dan banyak lagi. Benda-benda tersebut merupakan kemajuan teknologi dimasa sekarang yang dimana mempermudah Masyarakat untuk berkomunikasi.

Tujuan dasar dari jaringan telekomunikasi adalah untuk mengirimkan informasi dalam bentuk apapun dari seorang pengguna kepada pengguna lain dalam jaringan. Tujuan dasar ini tidak akan tercapai jika, tidak ada jaringan yang bisa saling menghubungkan benda tertentu. Contohnya pada Telepon seluler ada yang disebut operator jaringan seluler.

Operator jaringan seluler merupakan jaringan nirkabel yang disediakan oleh beberapa perusahaan di Indonesia untuk penyedia layanan seluler. Di Indonesia terdapat beberapa Perusahaan penyedia jaringan

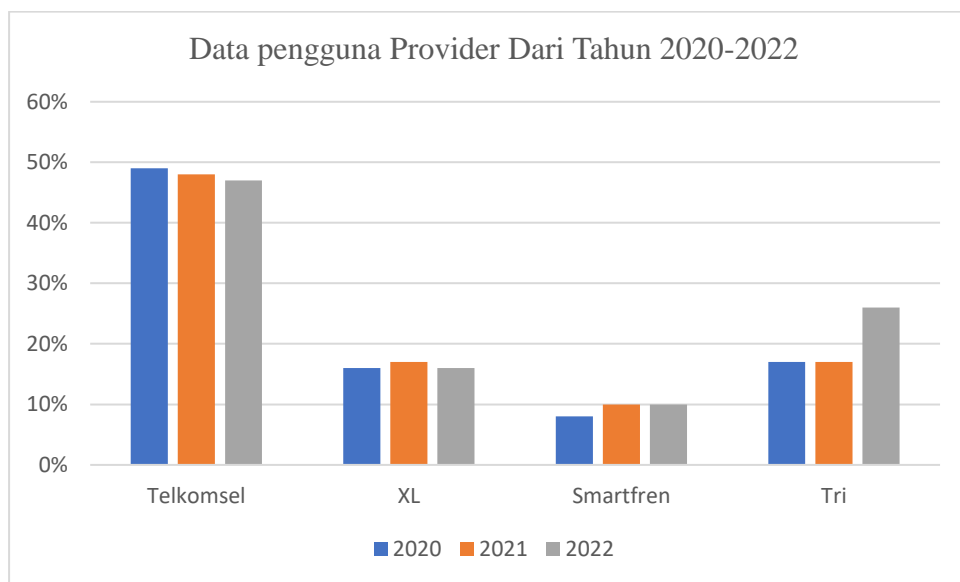
Di karenakan persaingan dan juga kemajuan teknologi komunikasi sangat pesat konsumen sekarang lebih sering menganalisa produk yang akan mereka beli agar kepuasan mereka terpenuhi namun citra merek yang kuat akan menjadi suatu kekuatan untuk bersaing pada tingkat kualitas produk dan spesifikasi karna dapat menjadi magnet yang sangat kuat untuk mendapatkan pelanggan yang loyal, Kotler dan Keller (2016) mendefinisikan citra merek persepsi tentang produk yang tergambar di benak konsumen. Karena meningkatnya persaingan dan kemajuan teknologi komunikasi, konsumen semakin berhati-hati tentang hal-hal yang mereka beli untuk memastikan kepuasan mereka.



**Gambar 1. 1 Jaringan Tercepat pada tahun 2022**

*Sumber: GoodStats (Data diolah oleh Peneliti ,2024)*

Selain citra merek yang bermanfaat, kualitas produk juga sangat penting saat ini. Data menunjukkan bahwa kualitas produk Telkomsel sangat baik, yang menjadikan Telkomsel sebagai penyedia jaringan telepon seluler yang disukai masyarakat di Indonesia. Kotler dan Keller (2016) mendefinisikan kualitas produk sebagai ciri barang dan jasa yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

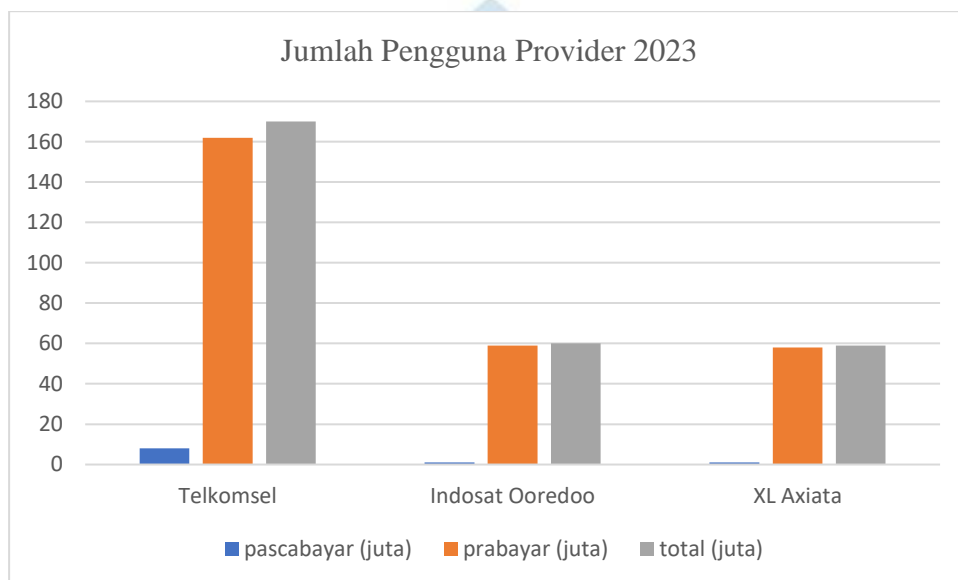


**Gambar 1. 2 Data pengguna Provider Dari Tahun 2020-2022**

*Sumber: Counterpoint 2022 (Data Diolah Peneliti, 2024)*

Kotler dan Keller (2016) menggambarkan loyalitas sebagai komitmen membeli atau memanfaatkan barang atau jasa yang disukai, terlepas dari adanya faktor eksternal yang mengakibatkan pelanggan beralih. Dalam data ini, pengguna layanan *Provider* Telkomsel pada tahun 2020 itu berada pada angka 49% sedangkan pada tahun 2021, 2022 itu berada pada angka 48%.

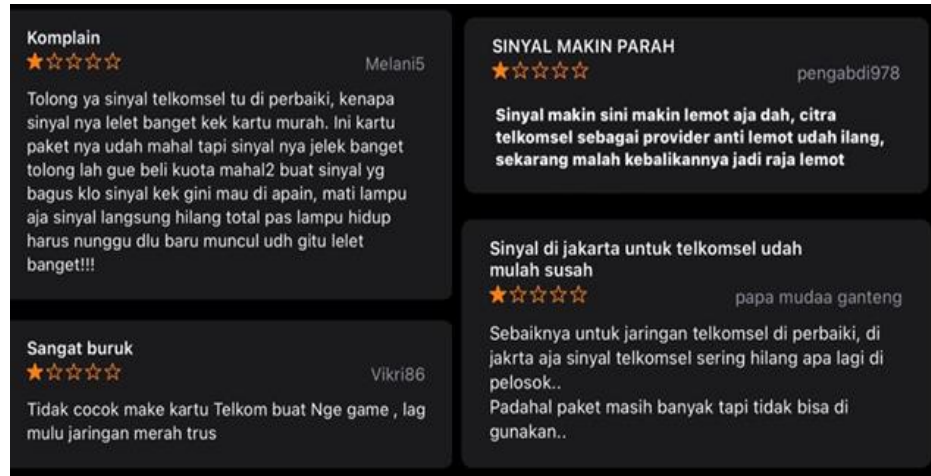
Dalam beberapa dekade terakhir, industri telekomunikasi telah berkembang pesat. Layanan telekomunikasi menjadi semakin penting bagi kehidupan sehari-hari konsumen seiring dengan kemajuan mobilitas dan teknologi. Setiap penyedia terus meningkatkan pangsa pasarnya untuk mempertahankan pelanggannya, dan persaingan sangat ketat. Lebih banyak pesaing pada dasarnya memberi konsumen lebih banyak pilihan untuk memilih barang yang memenuhi harapan mereka.



**Gambar 1. 3 Jumlah pengguna Provider di Indonesia tahun 2023**

*Sumber : DataBooks 2023(Data diolah Peneliti,2024)*

Menurut data dari DataBooks, *Provider* Telkomsel masih menjadi yang tertinggi dalam penggunaan dengan total 170 juta pada tahun 2023. Perbedaan yang signifikan dibandingkan dengan total pengguna pesaingnya, yaitu: Indosat dan XL, yang masing-masing hanya dapat mencapai kurang lebih setengah dari pelanggan Telkomsel pada tahun tersebut.



**Gambar 1. 4 Review pelanggan Provider Telkomsel 2023**

*Sumber: My Telkomsel via Playstore2023*

Untuk review pelanggan Telkomsel di playstore pada tahun 2023, sangat buruk. Banyak keluhan tentang penurunan kualitas produk mempengaruhi reputasi merek Telkomsel, yang selama ini telah diketahui oleh pelanggan Telkomsel bahwa Telkomsel adalah penyedia produk jaringan seluler yang sangat baik.

Terlepas dari kenyataan bahwa beberapa penelitian sebelumnya mendapatkan hasil bahwa kualitas produk dan citra merek memiliki pengaruh pada loyalitas konsumen. Tapi ada beberapa juga yang menemukan hasil yang membuat variable yang di pakai peneliti yaitu pengaruh citra merek kualitas produk terhadap Loyalitas pelanggan tidak berpengaruh, Contoh nya Penelitian oleh Firanzulah (2021) berjudul Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Air Mineral Aqua mengungkapkan bahwa

meskipun kualitas produk sebagian mempengaruhi loyalitas pelanggan sebesar 45,2%, citra merek air mineral aqua tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 10,2%. Namun demikian, ada penelitian yang menghasilkan hasil yang kontradiktif. Selain itu, komponen lebih lanjut yang menyumbang 44,6% dari efek adalah kombinasi citra merek dan kualitas produk, yang memiliki efek kuat 55,4% pada loyalitas konsumen.

Nurul Izna Azkiya (2022) meneliti Membangun loyalitas pelanggan melalui *brand image* dan kualitas produk yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan di masa pandemi. Menurutnya, ada hubungan positif dan substansial antara citra merek dan loyalitas pelanggan, kualitas produk dan kepuasan pelanggan, serta citra merek dan kepuasan konsumen. Namun, tidak ada bukti konklusif bahwa kualitas produk meningkatkan loyalitas konsumen.

Masih ada perbedaan dalam hasil untuk masing-masing variabel independen citra merek dan kualitas produk berdasarkan penjelasan latar belakang penelitian sebelumnya. Akibatnya, peneliti ingin menggunakan penyedia Telkomsel sebagai objek studi dan mengevaluasi kembali faktor-faktor independen yang sama. karena *Provider* Telkomsel paling sering digunakan oleh orang Indonesia. Tujuan penelitian ini adalah untuk menunjukkan apakah kedua variabel ini berpengaruh pada loyalitas pelanggan atau tidak.

Berdasarkan latar belakang dan fenomena yang terjadi peneliti tertarik dengan adanya inkonsistensi pada kelayaitasan dari para pelanggan yang di pengaruhi oleh citra merek dan kualitas produk *Provider* telkomsel. Dengan

begitu, judul yang di ambil oleh peneliti adalah “**Pengaruh Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan *Provider* Telkomsel**”.

## **B. Identifikasi Masalah**

Menurut Sugiyono (2014), identifikasi masalah merupakan langkah awal dalam penelitian yang merupakan titik tolak untuk menentukan variabel yang akan diteliti. Jadi berdasarkan latar belakang yang telah di bahas, berikut adalah identifikasi dalam penelitian ini:

1. Adanya Fenomena, Pelanggan *Provider* Telkomsel pada tahun 2020 berada pada angka 49% dan pada tahun 2021 dan 2022 itu ada pada angka 48%,
2. Beragamnya tanggapan tentang *Provider* Telkomsel di mata para pelanggan, berdasarkan data yang di ambil dari *review* pelanggan Telkomsel *via* Playstore,
3. Adanya Gap penelitian terdahulu terhadap hasil dari pengaruh variabel citra merek, kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan.

## **C. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah merupakan komponen krusial dalam penelitian dan penulisan ilmiah. Menurut Sugiyono (2013) Rumusan masalah adalah pertanyaan penelitian yang dicari jawabannya melalui pengumpulan data dan penelitian, baik tingkat eksplanasi maupun tingkat deskriptif. Berdasarkan

fenomena pada latar belakang, Berikut ini adalah rumusan masalah pada penelitian ini:

1. Apakah citra merek berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan *Provider* Telkomsel Konsumen Di Kecamatan Pagerageung, Kabupaten Tasikmalaya?, Bagaimana citra merek berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan *Provider* Telkomsel Konsumen Di Kecamatan Pagerageung, Kabupaten Tasikmalaya?, Dan seberapa besar pengaruh citra merek secara parsial terhadap loyalitas pelanggan *Provider* Telkomsel Konsumen Di Kecamatan Pagerageung, Kabupaten Tasikmalaya?,
2. Apakah kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan *Provider* Telkomsel Konsumen Di Kecamatan Pagerageung, Kabupaten Tasikmalaya?, Bagaimana kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan *Provider* Telkomsel Konsumen Di Kecamatan Pagerageung, Kabupaten Tasikmalaya?, Dan seberapa besar pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap loyalitas pelanggan *Provider* Telkomsel Konsumen Di Kecamatan Pagerageung, Kabupaten Tasikmalaya?,
3. Apakah citra merek dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan *Provider* Telkomsel Konsumen Di Kecamatan Pagerageung, Kabupaten Tasikmalaya?, Bagaimana citra merek dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap



loyalitas pelanggan *Provider* Telkomsel Konsumen Di Kecamatan Pagerageung, Kabupaten Tasikmalaya?, Dan seberapa besar citra merek dan pengaruh kualitas produk secara simultan terhadap loyalitas pelanggan *Provider* Telkomsel Konsumen Di Kecamatan Pagerageung, Kabupaten Tasikmalaya?,

#### **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian adalah pernyataan yang menjelaskan apa yang ingin dicapai oleh peneliti dalam penelitiannya. Menurut Sugiyono (2013), tujuan penelitian adalah pernyataan yang menunjukkan capaian yang ingin dicapai dalam penelitian. Berikut ini adalah tujuan penelitian yang berasal dari rumusan masalah di atas:

1. Untuk mengetahui, menganalisis, dan juga memahami apakah citra merek dapat berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas Pelanggan pada *Provider* Telkomsel Pada Konsumen Di Kecamatan Pagerageung, Kabupaten Tasikmalaya,
2. Untuk mengetahui, menganalisis, dan juga memahami apakah kualitas produk dapat berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas Pelanggan pada *Provider* Telkomsel Pada Konsumen Di Kecamatan Pagerageung, Kabupaten Tasikmalaya,
3. Untuk mengetahui, menganalisis, dan juga memahami apakah citra merek, dan kualitas produk dapat berpengaruh secara simultan terhadap

loyalitas Pelanggan pada *Provider* Telkomsel Pada Konsumen Di Kecamatan Pagerageung, Kabupaten Tasikmalaya.

### **E. Manfaat Penelitian**

Pengertian manfaat penelitian secara umum merupakan serangkaian atau kumpulan kegunaan hasil penelitian, baik bagi kepentingan untuk pengembangan program maupun kepentingan ilmu pengetahuan yang dianggap penting untuk dilakukan. Tujuan utama dari dibuatnya manfaat penelitian ini adalah untuk menginformasikan tindakan.

#### **1. Manfaat Akademis**

Sebagai sumber informasi bagi mereka yang berencana untuk melakukan penelitian dalam judul yang sama.

#### **2. Manfaat Praktis**

Digunakan sebagai informasi untuk memikirkan dan mencari tahu apa yang mempengaruhi loyalitas pelanggan.