BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Perusahaan Perseroran (Persero) PT Telekomunikasi Indonesia Tbk adalah satu-satunya BUMN telekomunikasi serta penyelenggara layanan telekomunikasi dan jaringan terbesar di Indonesia yang diresmikan pada tanggal 14 November 1995, atau disingkat PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk. Visi PT. Telkom Indonesia (Persero) Tbk, yaitu "*Be the king of digital in the region*" dan Misi PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk, yaitu "*Lead Indoesian digital innovation and globalization*". Seiring perubahan teknologi, kegiatan usaha PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk pun ikut tumbuh dan berkembang dalam bidangnya. Pada tahun 2016, PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk dalam rangka menuju perusahaan digital telco melakukan perubahan kegiatan usaha dari TIMES (Telecommunication, Information, Media, Edutaiment, dan Services) menjadi model CFU (Customer Facing Unit) dan FU (Functional Unit). Adanya perubahan kegiatan usaha ini diharapkan dapat meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan kinerja perusahaan. PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk memiliki empat anak perusahaan, yaitu PT Telekomunikasi Indonesia Selular (Telkomsel), PT Telekomunikasi Indonesia International (Telin), PT Telkom Metra dan PT Daya Mitra Telekomunikasi (Mitratel) (telkom.co.id).

Gambar 1.1. Logo PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk

Sumber: Annual Report PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (2016)

Pada 20 Juni 2014, PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk melakukan perubahan pada logo perusahaan berdasarkan Peraturan Perusahaan No.PD.201.03/2014 tentang *New Corporate/Brand Identity*. *Tagline* "*The World in Your Hand*" (Dunia dalam Genggaman Anda) bermakna bahwa Telkom akan membuat segalanya menjadi lebih mudah dan lebih menyenangkan dalam mengakses dunia. Warna merah, putih, hitam, dan abu yang terdapat dalam logo Telkom mencerminkan dan melambangkan spirit perusahaan untuk selalu optimis dan berani dalam menghadapi tantangan, semangat Telkom untuk memberikan yang terbaik bagi bangsa, kemamuan keras, dan teknologi (Annual Report Telkom, 2016). Berikut merupakan produk dan layanan dari PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk :

Tabel 1.1 Produk dan Layanan PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk

Produk dan Layanan		*Time*	*CFU/FU*
Mobile			*CFU Mobile*
Fixed			*CFU Consumer*
Wholesale			*CFU WIB*
Network Infrastructure			
Enteprise Digital	*ICT Platform*	*Information*	*CFU Interprise*
	Smart Enabler Platform		
Consumer Digital		*Media Edutainment*	*CFU Consumer*
			CFU Enterprise
Others			

Sumber: *Annual Report PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (2016)*

1. *Mobile*, produk yang ditawarkan oleh Telkomsel berupa *mobile voice*, SMS dan *value added service*, serta *mobile broadband*. Merek Kartu Halo untuk layanan pasca bayar sedangkan merek simPATI, Kartu As dan Loop untuk layanan pra bayar.

2. *Fixed*, produk yang ditawarkan oleh IndiHome Fiber berupa layanan *fixed service*, meliputi *fixed voice*, *fixed broadband*, termasuk Wi-Fi dan *emerging wireless technology* lainnya.
3. *Wholesale* & Internasional, menawarkan layanan interkoneksi, *network service*, Wi-Fi, VAS, *hubbing*, data center dan *content platform*, data dan internet, dan *solution*.
4. *Network Infrastructrure*, menawarkan produk berupa *network service*, satelit, infrastruktur, dan *tower*.
5. *Enterprise Digital*, memberikan layanan *information* and *communication technology platform service* dan *smart enabler*, serta platform *service*.
6. *Consumer Digital*, memberikan layanan *e-commerce* (blanja.com), video/TV dan *mobile based digital service*, *digital life style* (Langit Musik dan VideoMax), *digital payment* (TCASH), *digital advertising* and *analytics* (bisnis *digital advertising* dan solusi *mobile banking*), serta *enterprise digital service* (layanan Internet of *Things* (IoT)).

IndiHome Fiber merupakan layanan *fixed service* yang meliputi *fixed voice*, *fixed broadband*, termasuk Wi-Fi dan *emerging wireless technology* lainnya dari PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk yang menggunakan teknologi fiber optic. IndiHome Fiber menawarkan paket layanan *triple play* yang terdiri dari internet fiber, telepon rumah, dan TV interaktif (UseeTV). IndiHome Fiber juga menawarkan layanan *dual play* yang terdiri dari internet fiber dan telepon rumah dan berbagai layanan *add-on* seperti Telepon Mania, *wifi.id seamless*, TrenMicro *Antivirus*, IndiHome *View* (*online surveillance camera*). IndiHome Fiber dilengkapi dengan aplikasi My IndiHome. Aplikasi ini digunakan untuk berlangganan IndiHome, aktivasi OTT Video Streaming, registrasi berbagai macam fitur tambahan, melaporkan gangguan layanan IndiHome, cek tagihan, cek *point reward*, info pemakaian, serta menyediakan layanan *free music*, *free movie* dan layanan menarik lainnya. Aplikasi ini diciptakan untuk memudahkan pelanggan IndiHome Fiber (indihome.co.id).

Gambar 1.2 Logo dari IndiHome Fiber

Sumber: *IndiHome Fiber (indihome.co.id)*

Berikut merupakan produk dan layanan dari IndiHome Fiber:

Tabel 1.2 Produk dan Layanan IndiHome Fiber

IndiHome Fiber	OTT *Video Streaming*	*Add-on*
Internet Fiber	*CATCHPLAY*	*Movin'*
Telepon Rumah	*Iflix*	*wifi.idi Seamless*
TV Interaktif (UseeTV)	HOOQ	Telepon Mania
		Global call
		MelOn
		Trend Micro Antivirus
		Speed on Demand
		Minipack
		STB Tambahan

Sumber: *IndiHome Fiber (indihome.co.id)*

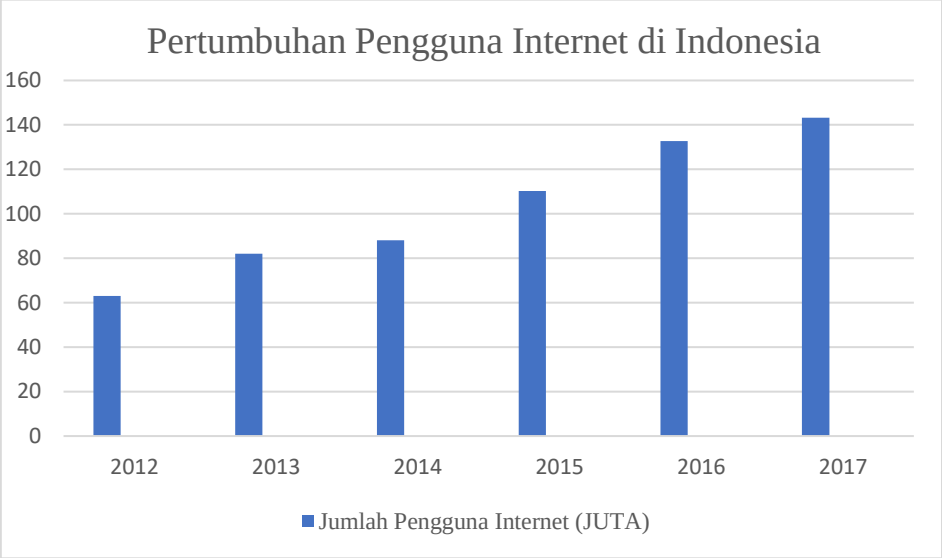
1.2 Latar Belakang

Sektor ICT memiliki peran yang sangat penting sebagai penggerak pertumbuhan perekonomian di Indonesia dalam era digital saat ini. Pada triwulan II tahun 2016, pertumbuhan sektor ICT menjadi pertumbuhan tertinggi kedua sebesar 8,47% dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 3,56% (Ant, 2016). Sektor ICT tidak mudah terpengaruh dengan masalah-masalah eksternal seperti kondisi politik dan akan terus berkembang karena dibutuhkan oleh hampir semua sektor-sektor lain terutama pada sektor transportasi, keuangan, dan UMKM. Perkembangan pada sektor ICT menciptakan layanan ICT lebih terintegrasi yang diharapkan akan dapat menjadi sumber informasi dan sarana belajar masyarakat serta meningkatkan efisiensi dan efektivitas kinerja perusahaan. Perkembangan pada sektor ICT diantaranya didukung oleh pertumbuhan pengguna *gadget* seperti *smartphone*/tablet dan komputer/laptop meningkat, ruang penetrasi penggunaan internet yang masih luas, serta pesatnya perkembangan ekonomi digital di Indonesia.

Menurut survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2017, persentase kepemilikan *smartphone*/tablet di Indonesia mencapai 50,08% dan persertase kepemilikan komputer/laptop di Indonesia mencapai 25,72%, serta persentase kedua perangkat tersebut digunakan untuk mengakses internet mencapai 39,28% (Survey Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia, 2017). Meningkatnya penggunaan *smartphone* dan komputer akan berdampak pada meningkatnya kebutuhan akan akses internet. Pengguna *smartphone* dan komputer akan membutuhkan internet untuk berkomunikasi, mencari informasi dan hiburan. Aktivitas bisnis seperti menjual dan memasarkan produk secara online dan aktivitas kehidupan sehari-hari seperti berbelanja dan membayar tagihan dengan mudah dapat dilakukan secara *online* melalui internet.

Peningkatan pengguna internet dapat dilihat melalui survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) tentang pertumbuhan pengguna internet di Indonesia pada tahun 2017 adalah sebagai berikut:

Tabel 1.3 Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia



Sumber: *Survey Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia (2017)*

Berdasarkan hasil survey tersebut mengungkapkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia selalu meningkat setiap tahunnya. Peningkatan jumlah pengguna internet ini didorong oleh perkembangan infrastruktur telekomunikasi dan internet sudah menjadi kebutuhan pokok bagi masyarakat Indonesia. Internet yang stabil, cepat, dan dapat digunakan oleh perangkat *smartphone* dan komputer sangat dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia. Melihat peluang ini, perusahaan-perusahaan telekomunikasi di Indonesia tertarik untuk menyediakan layanan internet terbaik untuk masyarakat Indonesia. Hal ini menyebabkan kompetensi antar perusahaan-perusahaan telekomunikasi di Indonesia semakin meningkat. Perusahaan-perusahaan telekomunikasi berlomba-lomba untuk menarik pelanggan dengan menawarkan kualitas pelayanan terbaik dan produk berkualitas tinggi dengan menggunakan teknologi yang canggih.

Salah satunya dengan menggunakan teknologi *broadband*. Adanya kemajuan teknologi berbasis pita lebar (*broadband*) menjadikan internet lebih cepat, efektif dan efisien dibandingkan dengan menggunakan layanan telekomunikasi biasa. Teknologi *broadband* menggunakan media satelit atau kabel serat optik (*fiber optic*). Keunggulan *fiber optic* dibandingkan dengan *cooper* atau *coax* (tembaga) adalah mampu men*transfer* data lebih cepat, kecepatan lebih stabil saat digunakan bersamaan, dan tahan dalam kondisi cuaca apapun sehingga lebih aman saat digunakan (Sofian, 2016).

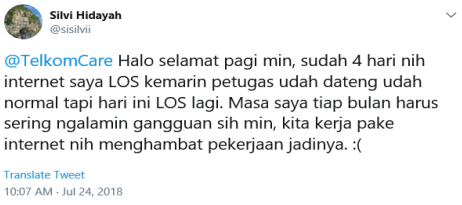
Teknologi *broadband* terbagi menjadi dua macam yaitu *mobile broadband* dan *fixed broadband*. Jika pengguna mengakses internet menggunakan *mobile broadband*, maka perangkat yang digunakan harus mempunyai kartu SIM atau terhubung dengan *portable Wi-Fi hotspot* karena *mobile network* akan terhubung melalui kartu SIM atau *portable Wi-Fi hotspot* tersebut. Contoh *mobile broadband* yaitu jaringan 4G. Sedangkan jika pengguna mengakses internet menggunakan *fixed broadband*, *mobile network* akan terhubung ke *route* melalui kabel telepon atau kabel jaringan khusus sehingga pengguna dapat mengakses internet melalui *Wi-Fi* atau kabel *ethernet*. Contoh *fixed broadband* yaitu *Wi-Fi* rumah atau kantor (Heaney, 2018).

Setelah PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk unggul dengan layanan *mobile broadband*nya yaitu Telkomsel PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa telekomunikasi terbesar di Indonesia meluncurkan produk Indonesia Digital Home (IndiHome Fiber) sebagai layanan *fixed broadband* untuk memenuhi kebutuhan pelanggannya. IndiHome Fiber merupakan layanan digital yang menggunakan teknologi *fiber optic* yang menawarkan layanan *triple play* yang terdiri dari internet *fiber*, telepon rumah, dan UseeTV. IndiHome Fiber juga menawarkan layanan dual play yang terdiri internet *fiber* dan telepon rumah (indihome.co.id). PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk sebelumnya mempunyai layanan internet Speedy namun pada tahun 2015

pemasaran Speedy dihentikan dan pelanggannya dialihkan ke layanan baru yaitu IndiHome Fiber yang menggunakan teknologi yang lebih canggih yaitu *fiber optic* (Rahmanto, 2015).

IndiHome Fiber menyatakan keunggulan yang akan didapatkan oleh konsumen jika menggunakan layanannya yaitu konsumen akan mendapatkan internet super cepat, stabil, handal, dan canggih, biaya telepon lebih murah dan kualitas suara lebih jernih, serta pengalaman menonton TV lebih seru dengan fitur *playback* selama 7 hari (indihome.co.id). Dengan adanya layanan IndiHome Fiber, PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk juga ingin mewujudkan digitalisasi bangsa dan memperkecil kesenjangan informasi (*digital divide*).

Pada Juni tahun 2018, PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk meraih empat juta pelanggan untuk layanan *fixed broadband* IndiHome Fiber pada kuartal I tahun 2018. Pertumbuhan jumlah pelanggan IndiHome Fiber hingga akhir kuartal I tahun 2018 mencapai 97% dan pendapatan IndiHome Fiber tumbuh sebesar 48,8% secara *year on year*. Hal ini menjadikan IndiHome menjadi produk PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk yang memiliki pertumbuhan paling tinggi dan menjadi salah satu pertambahan pelanggan tercepat di dunia untuk layanan *fixed broadband* (Pitoko, 2018). Meskipun IndiHome Fiber sukses menarik banyak pelanggan, namun masih banyak masalah pelayanan yang mengecewakan dikeluhkan oleh pelanggannya. Mulai dari masalah kualitas jaringan yang buruk, masalah penagihan biaya berlangganan yang tidak sesuai sampai masalah respon layanan call center dan teknisi yang lambat. Keluhan ini banyak disampaikan oleh pelanggan melalui *call center* Telkom Care, sosial media seperti Twitter, serta keluhan surat pembaca pada situs berita online seperti Kompas dan Detiknews. Berikut beberapa contoh keluhan pelanggan yang disampaikan melalui twitter pada Juli 2018 :



RYAN KENCANA
@RYANKENCANA

@TelkomCare
Selamat sore Telkom care...
Doa dr kami smg yg bertugas sore ini sehat walafiat dan tetap semangatttt

Mo beri tahu indihome (tlp internet dan useetv) di rmh kami matot alias mati total, dg no tlp 021 7560088 dan inet 122428204724 mhn bantuannya

Translate Tweet
5:57 PM · Jul 15, 2018

thonkss
@thonkss

@TelkomCare Inet nya mati lagi nih tolong di cek thanks

Translate Tweet
5:13 PM · Jul 20, 2018

Telkom Care @TelkomCare · Jul 20
Replying to @thonkss
Hallo Kak, kami cek jaringannya saat ini down dan berdampak pada layanannya. Sudah ditindaklanjuti & nomor tiket diinfokan via DM. Thanks - Tian
1

thonkss @thonkss · Jul 20
Dari siang sampai sekarang masih belum nyala juga nih Inet nya tolong dong di segera kan trims
1

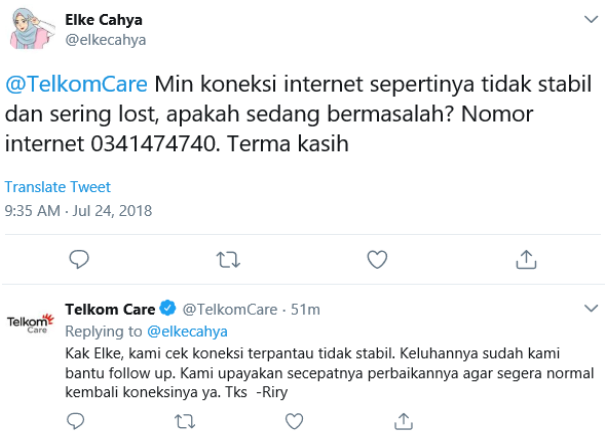
Telkom Care @TelkomCare · Jul 20
Baik Kak, kami cek akan ada jadwal perbaikan pd tgl 21 Juli 2018. Jika memang nantinya diperlukan kunjungan tekhnisi ke lokasi akan di konfirmasi sebelumnya. Perbaikan dilakukan di sisi jaringan dulu yaa, terima kasih. -Zach
1

thonkss @thonkss · 22h
Halo Telkom Inet nya mati lagi nih tolong dong di perbaiki kok sering sih masalah terus
1

Telkom Care @TelkomCare · 22h
Hallo, Kak. Kami bantu tindaklanjuti kendalanya dengan nomor tiket via DM. Berkenan menunggu progresnya ya, Kak. Thanks - Geni
1

thonkss @thonkss · 36m
Halo ini Inet nya mati lagi kok tiap hari mati sih tolong dong di cek lagi
1

Telkom Care @TelkomCare · 29m
Maaf atas kendala yang belum tersolusikan. Keluhannya kami follow up dengan nomor tiket update guna percepatan perbaikannya. Diupayakan segera tersolusikan hingga tuntas. Nomor tiket update akan kami infokan via DM ya. Trims - Mala



Gambar 1.3 Keluhan Pelanggan Terhadap IndiHome Fiber Melalui Twitter Pada Juli 2018

Sumber: *TelkomCare (www.twitter.com/telkomcare)*

Gambar 1.4 Keluhan Pelanggan Terhadap IndiHome Fiber Melalui Surat Pembaca Pada Juli 2018

Sumber: *Kompas (Nurhidayat, 2018)*

Dari tahun pertama IndiHome Fiber resmi diluncurkan, IndiHome Fiber sudah mendapatkan banyak keluhan dari pelanggannya. Sebagai gambaran menurut data *call center* PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk pada tahun 2015, menyatakan bahwa jumlah keluhan pelanggan Indihome rata-rata mencapai antara 6 % sampai 7 % per bulan melebihi target yang diinginkan yaitu sebesar 1% per bulannya serta secara nasional rata-rata angka *churn* sebesar 2,10% sedangkan target churn sebesar 0,50% (Sofian, 2016). Pada tahun 2016, tingkat *churn* IndiHome Fiber meningkat cukup tinggi yaitu sebesar 15% dari 122.031 *total sales* pada PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk Regional 3 (Bisnis *Plan* PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk Regional 3, 2017). Semakin tinggi tingkat *churn* maka akan menyebabkan jumlah pengguna IndiHome Fiber semakin berkurang.

Kualitas layanan merupakan elemen penting bagi perusahaan untuk dapat bersaing dan bertahan dalam pasar yang kompetitif. Kualitas layanan dapat menjadi salah satu faktor pelanggan akan setia menggunakan layanan dari suatu perusahaan. Terutama dalam pasar *fixed broadband* bermunculan pesaing-pesaing yang siap untuk berkompetisi seperti *First Media*, *Biznet*, dan *MNC Play*. Apabila suatu perusahaan mempunyai kualitas layanan yang buruk ditambah dengan banyaknya pilihan yang tersedia dari perusahaan pesaing, makan akan menyebabkan pelanggan mudah untuk beralih kepada layanan internet dari perusahaan pesaing. Penyebaran dari mulut ke mulut oleh tentang kualitas layanan yang buruk juga akan dapat berdampak negatif untuk perusahaan (Quach *et al*., 2016). Dengan berfokus pada kualiatas layanan, IndiHome Fiber akan dapat membentuk keunggulan dan profitabilitas jangka panjang untuk bertahan dan bersaing dalam pasar yang kompetitif.

Ada beberapa model yang membahas faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas layanan, salah satunya NCIS *Quality Model*. Menurut Quach *et al*. (2016) NCIS *Quality Model* dapat mengukur kualitas layanan telekomunikasi secara spesifik dan efektif. NCIS *Quality Model* dikembangkan oleh Paramaporn

Thaichon, Antonio Lobo dan Ann Mitsis pada tahun 2014. Teori model ini sudah banyak digunakan dalam studi penelitian tentang kualitas layanan ISP seperti dalam penelitian Thaicon *et al*. (2014), Thaicon *et al*. (2014), Quach *et al*. (2016), Thaicon & Jebarajakirthy (2016), Thaicon *et al*. (2016), Thaicon & Quah (2015). Disisi lain, segmentasi juga dapat membantu perusahaan untuk mengetahui kebutuhan pelanggan secara tepat serta dapat meningkatkan kualitas sumber daya perusahaan. Perusahaan dapat mensegmentasi pelanggannya dengan pola penggunaan internet pelanggan dibagi menjadi tiga yaitu *light user*, *medium user*, dan *heavy user* (Quach *et al*., 2016). *Light user* menggunakan internet selama 1 sampai 3 jam per hari, *medium user* menggunakan internet selama 4 sampai 7 jam per hari, dan *heavy user* menggunakan internet selama lebih dari 7 jam (Survey Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia, 2017).

Maka berdasarkan fenomena dan beberapa penelitian terdahulu yang sudah disebutkan diatas, penulis akan melakukan penelitian dengan judul **"PENGARUH KUALITAS LAYANAN ISP TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN INDIHOME FIBER DARI POLA PENGGUNAAN YANG BERBEDA"**.

1.3 Perumusan Masalah

Meningkatnya penggunaan *smartphone* dan komputer akan berdampak pada meningkatnya kebutuhan akan akses internet. Melihat peluang tersebut perusahaan-perusahaan telekomunikasi berlomba untuk memberikan layanan terbaik dan produk berkualitas tinggi dengan teknologi yang canggih untuk menarik pelanggan. Salah satunya dengan menggunakan teknologi *broadband* karena dapat menjadikan internet lebih cepat, efektif dan efisien dibandingkan dengan menggunakan layanan telekomunikasi biasa (Sofian, 2016).

Teknologi *broadband* terbagi menjadi dua macam yaitu *mobile broadband* dan *fixed broadband*. Setelah PT Telkom Indonesia Tbk unggul dengan layanan *mobile broadband*nya yaitu Telkomsel. PT Telkom Indonesia Tbk meluncurkan produk Indonesia Digital Home (IndiHome Fiber) sebagai layanan *fixed*

*broadband*nya. IndiHome Fiber merupakan layanan digital yang menggunakan teknologi *fiber optic* yang menawarkan layanan *triple play* dan layanan *dual play* (indihome.co.id).

Pada Juni tahun 2018, PT Telkom Indonesia Tbk meraih empat juta pelanggan untuk layanan *fixed broadband* IndiHome Fiber pada kuartal I tahun 2018. Pertumbuhan jumlah pelanggan IndiHome Fiber hingga akhir kuartal I tahun 2018 mencapai 97% dan pendapatan IndiHome Fiber tumbuh sebesar 48,8% secara *year on year*. Hal ini menjadikan IndiHome menjadi produk Telkom yang memiliki pertumbuhan paling tinggi dan menjadi salah satu pertambahan pelanggan tercepat di dunia untuk layanan *fixed broadband* (Pitoko, 2018).

Meskipun IndiHome Fiber sukses menarik banyak pelanggan, namun masih banyak masalah pelayanan yang dikeluhkan oleh pelanggannya. Mulai dari masalah kualitas jaringan yang buruk, masalah penagihan biaya berlangganan yang tidak sesuai sampai masalah respon layanan *call center* dan teknisi yang lambat. Keluhan ini banyak disampaikan oleh pelanggan melalui *call center* Telkom Care, sosial media seperti Twitter, serta keluhan surat pembaca pada situs berita *online* seperti Kompas dan Detiknews.

Kualitas layanan merupakan elemen penting bagi perusahaan untuk dapat bersaing dan bertahan dalam pasar yang kompetitif. Kualitas layanan dapat menjadi salah satu faktor pelanggan akan setia menggunakan layanan dari suatu perusahaan. Kualitas layanan yang buruk akan berdampak negatif bagi perusahaan. Disisi lain, segmentasi juga dapat membantu perusahaan untuk mengetahui kebutuhan pelanggan secara tepat dan meningkatkan kualitas sumber daya perusahaan (Quach *et al*., 2016).

Agar IndiHome Fiber mengetahui kualitas layanan ISP yang baik dan sesuai dengan kebutuhan pelanggannya sehingga pelanggan dapat setia dengan layanan internetnya, makan dalam penellitian ini akan menganalisa pengaruh dimensi kualitas layanan ISP terhadap loyalitas pelanggan berdasarkan pola penggunaan

internet pelanggan IndiHome Fiber menggunakan NCIS *Quality Model* yang dikembangkan oleh Thaicon *et al*. (2014).

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka pertanyaan dalam penelitian ini yaitu:

a. Apakah *Network Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitudinal Loyalt*y pelanggan IndiHome Fiber?
b. Apakah *Network Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral* Loyalty pelanggan IndiHome Fiber?
c. Apakah *Customer Service and Technical Support* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitudinal Loyalty* pelanggan IndiHome Fiber?
d. Apakah *Customer Service and Technical Support* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Loyalty* pelanggan IndiHome Fiber?
e. Apakah *Information Quality and Website Information Support* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitudinal Loyalty* pelanggan IndiHome Fiber?
f. Apakah *Information Quality and Website Information Support* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Loyalty* pelanggan IndiHome Fiber?
g. Apakah *Security and Privacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitudinal Loyalty* pelanggan IndiHome Fiber?
h. Apakah *Security and Privacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Loyalty* pelanggan IndiHome Fiber?
i. Apakah *Attitudinal Loyalty* adalah mediator dalam hubungan antara dimensi kualitas layanan ISP dan *Behavioral Loyalty*?
j. Apakah dimensi kualitas layanan ISP mempengaruhi *Attitudinal Loyalty* terhadap tiga segmen *light user*, *medium user*, dan *heavy user*?

k. Apakah dimensi kualitas layanan ISP mempengaruhi *Behavioral Loyalty* terhadap tiga segmen *light user*, *medium user*, dan *heavy user*?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Mengetahui apakah *Network Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitudinal Loyalt*y pelanggan IndiHome Fiber.
b. Mengetahui apakah *Network Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral* Loyalty pelanggan IndiHome Fiber.
c. Mengetahui apakah *Customer Service and Technical Support* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitudinal Loyalty* pelanggan IndiHome Fiber.
d. Mengetahui apakah *Customer Service and Technical Support* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Loyalty* pelanggan IndiHome Fiber.
e. Mengetahui apakah *Information Quality and Website Information Support* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitudinal Loyalty* pelanggan IndiHome Fiber.
f. Mengetahui apakah *Information Quality and Website Information Support* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Loyalty* pelanggan IndiHome Fiber.
g. Mengetahui apakah *Security and Privacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitudinal Loyalty* pelanggan IndiHome Fiber.
h. Mengetahui apakah *Security and Privacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Loyalty* pelanggan IndiHome Fiber.
i. Mengetahui apakah *Attitudinal Loyalty* adalah mediator dalam hubungan antara dimensi kualitas layanan ISP dan *Behavioral Loyalty.*
j. Mengetahui apakah dimensi kualitas layanan ISP mempengaruhi *Attitudinal Loyalty* terhadap tiga segmen *light user*, *medium user*, dan *heavy user*.
k. Mengetahui apakah dimensi kualitas layanan ISP mempengaruhi *Behavioral Loyalty* terhadap tiga segmen *light user*, *medium user*, dan *heavy user.*

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Aspek Teoristis

Hasil dari penelitian ini diharapkan menambah wawasan tentang kualitas layanan ISP yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan serta dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian sejenis selanjutnya.

1.6.2 Aspek Praktis

Hasil dari penelitian pada IndiHome Fiber ini diharapkan dapat digunakan untuk memahami kualitas layanan ISP serta menjadi masukan bagi PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk dan perusahaan-perusahan penyedia layanan *fixed broadband* lainnya dalam menyusun strategi bisnis dimana pihak perusahaan dapat memberikan kualitas layanan ISP yang sesuai dengan kebutuhan pelanggannya sehingga pelanggan dapat setia menggunakan layanan dari perusahaan tersebut.

1.7 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini akan difokuskan untuk meneliti kualitas layanan ISP yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan berdasarkan persepsi pelanggan tentang dimensi kualitas layanan ISP dan pola penggunaan internet pelanggan Indi Home Fiber serta pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan IndiHome Fiber, maka penelitian ini akan dilakukan pada pengguna IndiHome Fiber di seluruh Indonesia.

1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika penulisan ini disusun untuk mempermudah memberikan penjelasan secara umum tentang gambaran penelitian yang dilakukan. Sistematika penulisan dari penelitian ini disusun sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah penelitian, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penulisan penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Menjelaskan mengenai penelitian terdahulu dan teori-teori yang berkaitan dengan masalah yang dibahas serta teori-teori penunjang yang berguna untuk memecahkan masalah, sehingga akan terbentuk kerangka pemikiran yang akan mengantarkan pada kesimpulan penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang metode penelitian yang digunakan, alat pengumpulan data, tahapan penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data dan sumber data, uji validitas dan reliabilitas, serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Membahas mengenai hasil penelitian secara sistematis. Setelah itu, dianalisis dengan menggunakan teknik analisis yang telah ditetapkan dan selanjutnya dilakukan pembahasan mengenai hasil analisis tersebut.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi rangkuman hasil penelitian secara keseluruhan yang merupakan jawaban dari tujuan penelitian yang berupa kesimpulan dan disertai dengan saran.