

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan

Gambar 1.1 Logo PT.Telkomsel



Sumber: www.telkomsel.com diakses 17 Agustus 2018

PT. Telekomunikasi Selular (Telkomsel) adalah sebuah perusahaan operator telekomunikasi selular di Indonesia. Telkomsel merupakan operator telekomunikasi selular GSM kedua di Indonesia, dengan layanan paskabayarnya yang diluncurkan pada tanggal 26 Mei 1995. Pada saat itu kepemilikan saham Telkomsel adalah PT Telkom (51%) dan PT Indosat (49%). Kemudian pada November 1997 Telkomsel menjadi operator selular pertama di Asia yang menawarkan layanan prabayar GSM. Telkomsel meluncurkan secara resmi layanan komersial mobile 4G LTE pertama di Indonesia.

Layanan Telkomsel 4G LTE memiliki kecepatan data access mencapai 36 Mbps. Saat ini Telkomsel menggelar lebih dari 18.000 BTS yang menjangkau sekitar 98% wilayah populasi di Indonesia. Sebagai operator seluler nomor 6 terbesar di dunia dalam hal jumlah pelanggan.

Telkomsel merupakan pemimpin pasar industri telekomunikasi di Indonesia yang kini dipercaya melayani lebih dari 178 juta pelanggan. Dalam upaya memandu perkembangan industri telekomunikasi seluler di Indonesia memasuki era baru layanan *mobile broadband*, Telkomsel secara konsisten mengimplementasikan roadmap teknologi 3G, HSDPA, HSPA+, serta pengembangan jaringan *Long Term Evolution* (LTE).

Kini Telkomsel mengembangkan jaringan *broadband* di 100 kota besar di Indonesia. Untuk membantu pelayanan kebutuhan pelanggan, Telkomsel kini didukung akses *call center* 24 jam dan 430 pusat layanan yang tersebar di seluruh Indonesia. Adapun Visi dan Misi yang dimiliki oleh PT.Telkomsel, sebagai berikut:

a. Visi Perusahaan

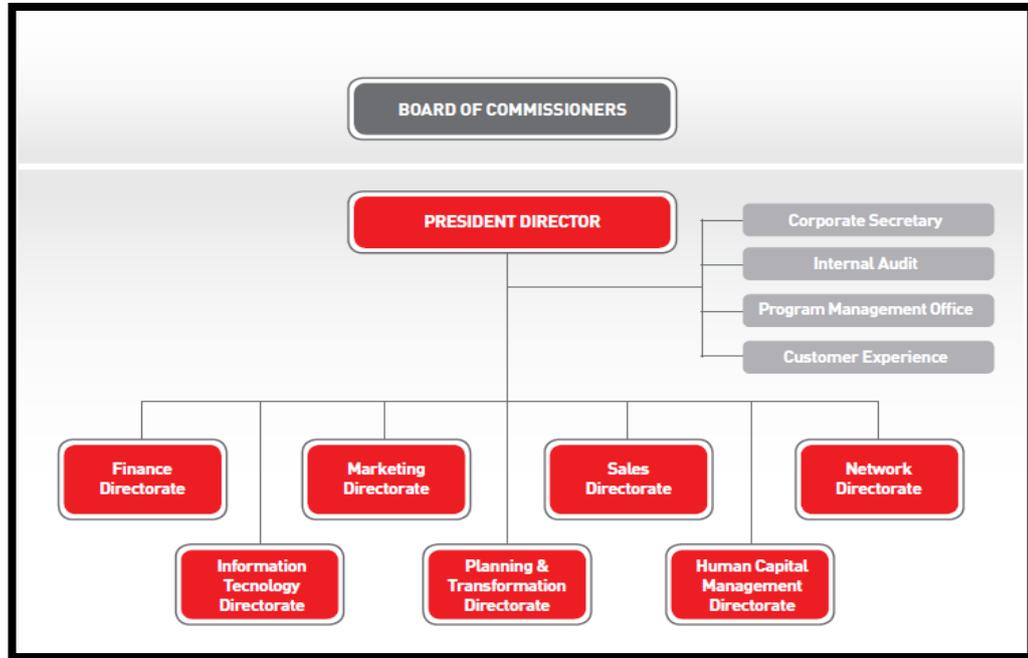
Menjadi penyedia layanan dan solusi gaya hidup digital mobile kelas dunia yang terpercaya.

b. Misi Perusahaan

Memberikan layanan dan solusi digital mobile yang melebihi ekspektasi para pengguna, menciptakan nilai lebih bagi para pemegang saham serta mendukung pertumbuhan ekonomi bangsa.

1.1.2 Struktur Organisasi

Gambar 1.2 Struktur Organisasi PT.Telkomsel



Sumber: Data Internal PT.Telkomsel 2016

1.1.3 Produk dan Layanan

Tabel 1.1 Produk dan Layanan

| No | Produk | deskripsi |
|----|-----------|--|
| 1 | kartuHalo | Diposisikan sebagai pilihan merek pascabayar untuk profesional dan pelanggan korporat. kartuHalo menyediakan <i>suite</i> yang tak tertandingi layanan seluler lengkap dan eksklusif hak istimewa untuk merangkul segmen kaum muda, memposisikan kartuHalo sebagai pascabayar nilai terbaik untuk kaum muda profesional. |

| | | |
|---|----------|---|
| 2 | simPATI | Diposisikan sebagai merek prabayar untuk kelas menengah, simPATI adalah milik Telkomsel memenangkan penghargaan <i>lifestyle prepaid brand</i> . simPATI terus menawarkan berbagai inovasi yang menarik data seluler. |
| 3 | Kartu As | Diposisikan sebagai layanan yang paling Terjangkau dan nilai layanan terbaik untuk pelanggan |
| 4 | LOOP | Merek prabayar baru Telkomsel, ditargetkan untuk segmen kawula muda. Dengan tagline "Ini KITA" , LOOP memiliki citra muda yang didukung dengan penawaran Data yang menarik dan Layanan Digital sesuai kebutuhan kawula muda . |

Sumber : www.telkomsel.com diakses 17 Agustus 2018

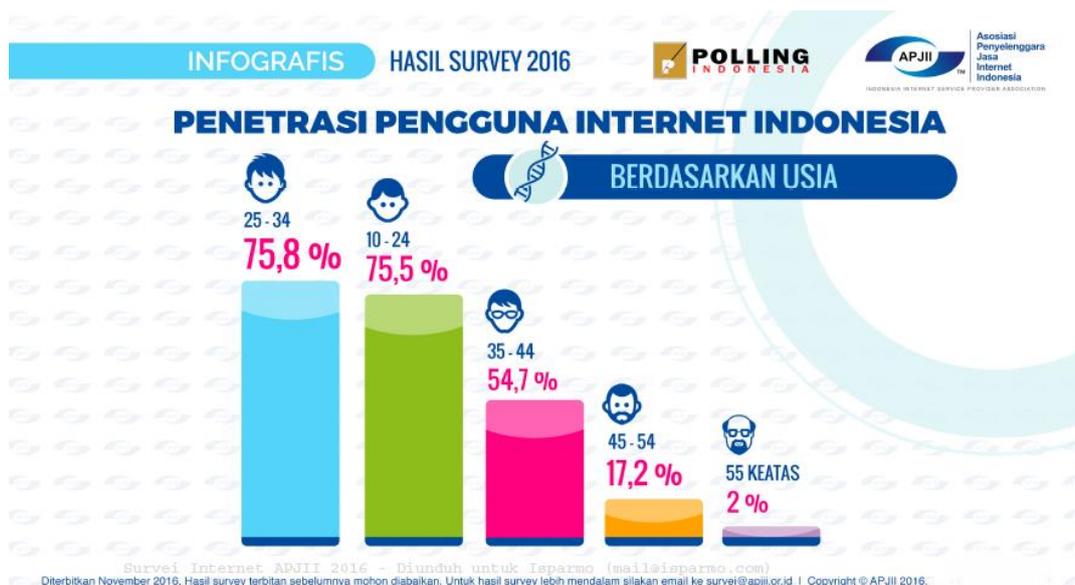
1.2 Latar Belakang Penelitian

Perkembangannya kemajuan teknologi telekomunikasi merupakan suatu hal yang vital bagi perkembangan dunia bisnis, kemajuan teknologi saat ini berpengaruh secara signifikan terhadap efektifitas kinerja manusia. Teknologi sangat berkembang secara pesat. Menurut Ganguli dan Roy alat teknologi informasi digunakan untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas penyampaian informasi (Ganguli dan Roy, 2010). Penggunaan teknologi dalam segala aktivitas saat ini merupakan suatu keharusan. Penggunaan teknologi sangat membantu meningkatkan kualitas dan efektifitas manusia dalam bekerja. Komunikasi yang terjadi saat ini berdampak secara massive terhadap semua aspek kinerja dan memudahkan manusia dalam melakukan komunikasi. Salah satu penggunaan teknologi yang sering digunakan saat ini adalah Internet . Internet adalah sekumpulan jaringan komputer yang saling terhubung secara fisik dan memiliki kemampuan untuk membaca dan menguraikan protokol komunikasi tertentu yang disebut *Internet Protocol (IP)* dan *Transmission Control Protocol (TCP)*. Protokol adalah spesifikasi sederhana mengenai bagaimana komputer saling bertukar

informasi. Kemajuan Teknologi Komunikasi saat ini merupakan hal sangat penting bagi persaingan bisnis (Allan 2005, p12) . Selain itu kualitas layanan merupakan pembeda yang penting dalam persaingan lingkungan bisnis, dan Pengelolaan bisnis berbasis layanan (Zhao dan Benedetto, 2013)

Namun saat ini seiring berjalannya waktu teknologi merupakan hal yang sangat penting dalam melakukan kegiatan sehari-hari . Menurut data tahun 2016 Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) .Pada saat ini orang dewasa dan remaja mendominasi pengguna internet di Indonesia dan menggunakan teknologi internet secara aktif dalam setiap aktivitasnya. Teknologi informasi dan komunikasi di Indonesia sekarang ini masih dalam tahap perkembangan.

Gambar 1.3 Grafik pengguna Internet Indonesia Berdasarkan usia Tahun 2016



Sumber : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia 2016

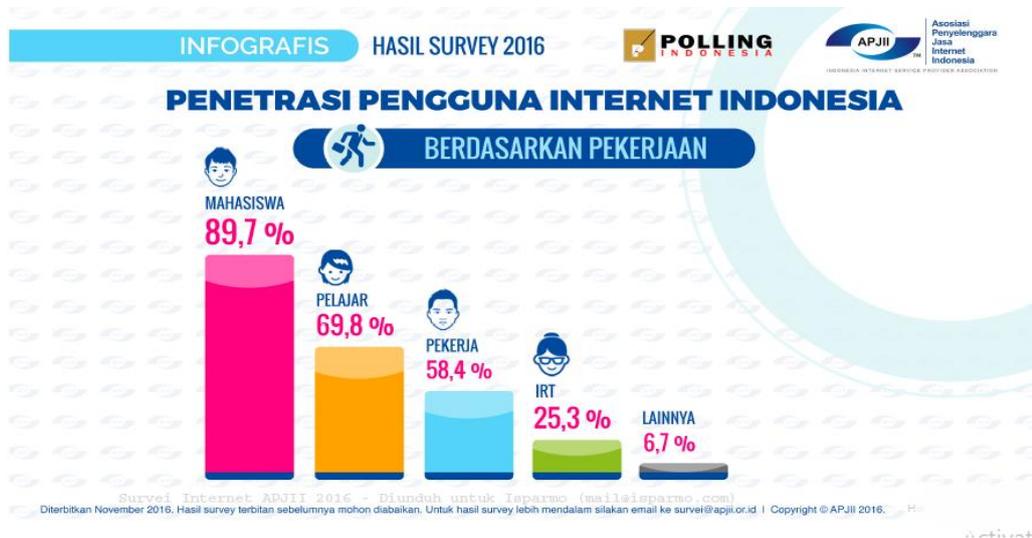
Dalam meningkatkan jangkauan Network layanan Telkomsel menggelar lebih dari 100.000 BTS yang menjangkau sekitar 98% wilayah populasi di Indonesia. Pelayanan merupakan hal penting ,setiap tahunnya PT.Telkomsel memiliki pertumbuhan yang positif dalam perluasan jangkauan *Network*. *Network* yang menjangkau 98% tersebut tidak serta merta menjamin bahwa *network*-nya menghasilkan sinyal yang kuat dan stabil, yang diindikasikan dengan masih banyaknya

Pelanggan yang mengeluh karena sinyal lemah dan stabil. Kualitas jaringan yang meliputi kualitas konektivitas, kejelasan sinyal, dan kecepatan internet dianggap sebagai karakteristik kualitas mendasar dalam layanan teknologi tinggi. Kondisi ini akan berpotensi mempengaruhi retensi pelanggan jika tidak segera diperbaiki (Seo et al., 2008). Khusus untuk pelanggan prabayar kualitas jaringan merupakan faktor terpenting yang mempengaruhi kesetiaan pelanggan (Miranda-Gumucio et al., 2012).

Sependapat dengan peneliti sebelumnya (Lai et al., 2009) yang menunjukkan bahwa penilaian kualitas layanan secara keseluruhan dalam industri telekomunikasi berasal dari persepsi konsumen tentang kualitas jaringan yang stabil dan kuat. Kualitas jaringan dalam industri layanan internet melibatkan kualitas dan kekuatan sinyal jaringan (Wang et al, 2004). Setiap gangguan dalam konektivitas internet dapat menyebabkan persepsi kualitas layanan yang rendah. Selain itu, ketika pelanggan menghadapi masalah dalam layanan internet, mereka sering mencari bantuan dan dukungan dari staf layanan teknis. Untuk mempertahankan layanan pelanggan yang berkualitas, Tim layanan pelanggan hendaknya melakukan pekerjaan mereka secara konsisten sesuai dengan protokol yang sudah ditetapkan (Rod dan Ashill, 2013).

Dengan melihat perkembangan teknologi informasi pada saat ini dan perkembangan teknologi di bidang telekomunikasi yang sangat berkembang pesat, layanan komunikasi yang bergerak dibidang mobile memungkinkan penggunaanya dapat saling berinteraksi satu sama lain. Seperti halnya perangkat komputer, handphone, laptop yang semakin canggih, jaringan internet pun berkembang berkat semakin meningkatnya perkembangan teknologi komunikasi jaringan seluler di Indonesia. Dari tahun ke tahun teknologi jaringan seluler di Indonesia semakin meningkat yaitu dari 2G ke 3G dan sekarang memasuki 4G.

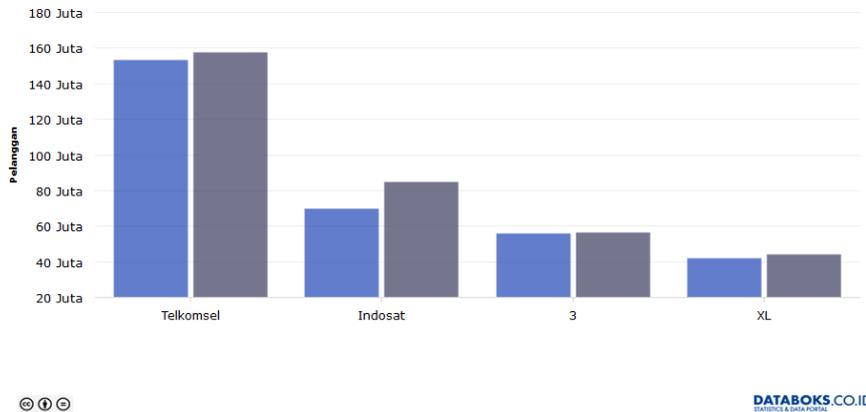
Gambar 1.4 Grafik pekerjaan pengguna internet Indonesia Tahun 2016



Sumber : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia 2016

Jumlah pengguna Internet di Indonesia tahun 2016 adalah 132,7 juta user atau sekitar 51,5% dari total jumlah penduduk Indonesia sebesar 256,2 juta. Pengguna internet terbanyak ada di pulau Jawa dengan total pengguna 86.339.350 user atau sekitar 65% dari total penggunaan Internet. Jika dibandingkan penggunaan Internet Indonesia pada tahun 2014 sebesar 88,1 juta user, maka terjadi kenaikan sebesar 44,6 juta dalam waktu 2 tahun (2014 – 2016). Saat melakukan browsing, pengguna internet paling banyak menggunakan perangkat mobile sebesar 89,9 juta atau 67,8%. Paling banyak pengguna internet menggunakan perangkat mobile (smartphone) sebesar 63,1 juta atau sekitar 47,6% (APJII.2016)

Gambar 1.5 Grafik jumlah Pelanggan Operator Seluler tahun 2016



Sumber : *Databoks.co.id*

Berdasarkan grafik data yang dihimpun *Databoks.co.id*, PT Telkomsel memimpin industri seluler dalam negeri dengan jumlah pelanggan mencapai 157,4 juta. Angka jauh di atas para pesaingnya. Indosat di tempat kedua dengan pelanggan mencapai 85 juta. Sementara 3 dan XL berada di posisi ketiga dan keempat dengan masing-masing 56,5 juta dan 44 juta pelanggan. Saat ini, persaingan ketat dalam merebut pelanggan lebih fokus pada layanan data internet. Hal ini mengharuskan para operator meningkatkan kualitas, baik dari sisi kecepatan jaringan. Termasuk Telkomsel hampir 30% pelanggan data Telkomsel sudah menggunakan layanan data 4G LTE. Peningkatan pelanggan internet merupakan suatu hal yang sangat positif bagi perkembangan bisnis perusahaan yang bergerak di bidang telekomunikasi. Namun peningkatan jumlah pengguna perlu diikuti dengan peningkatan layanan antara penyedia layanan dengan pelanggan.

Gambar 1.6 Perbandingan pelanggan ISP sebelum dan sesudah Registrasi ulang

| | SEBELUM | SESUDAH | ↓ |
|---|------------|----------|-----|
|  TELKOMSEL | 196,3 JUTA | 140 JUTA | 28% |
|  | 110 JUTA | 101 JUTA | 8% |
|  | 53,5 JUTA | 42 JUTA | 21% |
|  | 68,3 JUTA | 13 JUTA | 80% |
|  | 12 JUTA | 5,8 JUTA | 50% |
|  | 85.000 | 9.000 | 89% |

Sumber : Seluler.Id dan data olahan berbagai Sumber

Namun pada awal tahun 2017 pemerintah mewajibkan untuk pengguna ISP untuk melakukan Registrasi ulang nomor. Dari gambar data diatas registrasi ulang mengikis jumlah pelanggan operator secara signifikan. Jumlah kartu SIM yang beredar sekitar 376 juta nomor, sedangkan yang sudah melakukan registrasi sekitar 305 juta nomor. Sehingga ada 70 juta lebih yang belum diregistrasi. Dari total 305 juta nomor yang melakukan registrasi tercatat ada 140 juta nomor yang merupakan pelanggan Telkomsel, 101 juta nomor pelanggan Indosat Ooredoo, 42 juta pelanggan XL Axiata, 5,8 juta pelanggan Smartfren, 13 juta pelanggan H3I dan 9000 pelanggan Sampoerna Telecom. Sebagai market leader, PT. Telkomsel kehilangan pelanggan cukup besar.

Di akhir 2017, total pelanggan Telkomsel mencapai 196 juta. Berarti operator yang memiliki coverage terluas ini susut sekitar 56 juta pengguna. dari semua operator, penurunan terkecil hanya dialami oleh Indosat Ooredoo. Pada akhir 2017, operator yang dimiliki Ooredoo Group Qatar ini, mampu membukukan 110 juta pengguna. tumbuhnya layanan data dan IoT (internet of things), operator selayaknya tak lagi menempatkan besarnya jumlah pelanggan individu sebagai pencapaian utama. Melainkan kualitas layanan yang seharusnya menjadi prioritas.

PT.Telkomsel menyediakan Grapari, *Website* serta aplikasi Mytelkomsel untuk memberikan kemudahan bagi pelanggan yang akan berinteraksi dengan Telkomsel atau yang akan mengajukan keluhan. Namun dalam kenyataannya sebagian pelanggan masih bingung dan belum fasih menggunakan website dan aplikasi myTelkomsel untuk menyampaikan keluhan. Salah satu contohnya adalah pada saat pelanggan membeli paket data dan akan menyampaikan keluhan karena isi paket yang diterima pelanggan tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Pelanggan yang akan menyampaikan keluhan tidak bisa memanfaatkan myTelkomsel, *Call center* dan website yang telah di sediakan oleh Telkomsel sehingga sebagian besar keluhan pelanggan di sampaikan dengan datang secara fisik ke konter penjual paket data. Layanan informasi untuk keluhan pelanggan merupakan faktor penting dalam meningkatkan kualitas layanan. Layanan informasi yang relevan, cepat, tepat dan handal membantu pelanggan untuk memperoleh informasi sebagai dasar bagi pelanggan untuk megambil keputusan yang efektif (Hsieh, 2013). Selain itu, kualitas informasi memainkan peran penting dalam membangun sikap positif pelanggan secara keseluruhan terhadap perusahaan (Jaiswal et al., 2010). Bahkan, penyedia layanan yang memfasilitasi tingkat kualitas informasi dan dukungan situs web yang tinggi sering dianggap memiliki kualitas layanan yang lebih baik

PT.Telkomsel memiliki layanan *Call Center* 188 yang bertujuan untuk memberikan informasi serta bantuan pelayanan, namun dalam perjalanannya pelanggan mengeluhkan akan informasi yang di berikan oleh *Call Center* tidak dapat membantu permasalahan pelanggan alami. *Call Center* merupakan hal yang sangat penting dalam interaksi antara pelanggan dan penyedia layanan.

Security sering menjadi perhatian pelanggan layanan Internet , dan dimensi ini berkaitan dengan persepsi pelanggan tentang kualitas proses yang digunakan untuk transmisi dan penyimpanan informasi pribadi (Özgülven, 2011). Beberapa penelitian melaporkan bahwa keamanan dan privasi terkait dengan kualitas layanan (Wolfinaridge dan Gilly, 2003). Dalam melakukan pembelian layanan sebagian pelanggan PT.Telkomsel masih melakukan pengisian pulsa atau data internet melalui konter – konter penyedia jasa isi pulsa, dimana dalam melakukan transaksi keamanan privasi pelanggan sangat tidak aman dimana dalam melakukan pengisian pulsa pelanggan menuliskan nomor pribadi yang dituliskan pada list yang disediakan oleh konter penyedia jasa isi pulsa.

Hal ini sering disalahgunakan oleh oknum konter penyedia jasa layanan isi pulsa dimana nomor – nomor pelanggan yang tertulis di list tersebut di sebar bahkan di perjual belikan untuk keperluan komersial bahkan sebagai aksi penipuan. Security merupakan hal yang sangat penting bagi pengguna layanan, privasi serta data diri pengguna merupakan hal yang harus di jaga oleh penyedia layanan oleh karena itu informasi penggunaan layanan sangat penting untuk menjaga keamanan layanan. Pelanggan cenderung mengaitkan risiko rendah dalam pembelian dari penyedia layanan yang memiliki reputasi baik dalam kaitannya dengan praktik keamanan mereka (Roca et al., 2009). Keamanan mengacu pada sejauh mana pelanggan merasakan seluruh transaksi sebagai aman, yang meliputi metode pembayaran dan informasi yang rahasia (Thaichon et al., 2014). Oleh karena itu *Security* sangat diperlukan bagi keamanan Transaksi , informasi pelanggan.

Tabel 1.2 Tabel keluhan *Service Quality* yang dialami pelanggan Telkomsel

| No | Masalah | Penjelasan | Sumber |
|----|----------------------------|---|---|
| 1 | <i>Network Quality</i> | Ketidakstabilan jaringan Network 3G dan 4G Telkomsel | http://tribunnews.com/2018/03/27/setelah-sempat-ngadat-akhirnya-gangguan-jaringan-data-telkomsel-sudah-terselesaikan |
| | | Keluhan Ketidakstabilan kualitas kekuatan sinyal saat digunakan aplikasi game yang mengecewakan | http://tribunnews.com/2018/03/24/kualitas-layanan-data-dinilai-buruk-telkomsel-jawab-keluhan-pemain-game-mobile-legends |
| | | Sinyal jaringan Telkomsel tiba tiba menghilang | https://bisnis.tempo.co/read/1065658/layanan-data-internet-sempat-terganggu-ini-penjelasan-telkomsel |
| 2 | <i>Information Quality</i> | Pelanggan bingung terhadap paket yang ditawarkan oleh Telkomsel namun tidak sesuai dengan janji yang ditawarkan | http://www.pikiran-rakyat.com/surat-pembaca/2017/11/22/paket-promo-seluler-mengecewakan-414264 |
| | | Informasi yang diberikan oleh system Grapari tidak dapat membantu keluhan yang pelanggan alami | http://www.pikiran-rakyat.com/surat-pembaca/2017/07/18/sistem-grapari-telkomsel-dago-%E2%80%9Dngaco%E2%80%9D-405398 |
| 3 | <i>Call Center</i> | Call Center yang disediakan Telkomsel tidak dapat | https://news.detik.com/suara-pembaca/d-3847557/jaringan-internet-telkomsel- |

| | | | |
|---|-----------------|--|---|
| | | membantu permasalahan pelanggan | bermasalah-kecewa-informasi-call-centre |
| | | Call Center tidak menguasai perihal informasi yang disampaikan oleh pelanggan | https://inside.kompas.com/tanggapan/read/54848/Pelayanan-Telkomsel-Mengecewakan |
| 4 | <i>Security</i> | Pesan Iklan yang menawarkan produk dan jasa tiba-tiba masuk ke nomor seluler pelanggan | http://tribunnews.com/2018/05/09/iklan-promosi-di-hp-sangat-mengganggu-tolong-telkomsel-jaga-privasi-dan-blok-iklan-masuk |
| | | Keamanan data pelanggan dalam mengisi pulsa atau paket data di kios isi pulsa | https://kumparan.com/@kumparannews/2-juta-data-nomor-hp-diperjualbelikan |

Sumber : Olahan Peneliti,2018

Dalam tabel tersebut merupakan contoh-contoh permasalahan yang terjadi yang dialami oleh pelanggan dalam menggunakan layanan Telkomsel oleh karena itu peningkatan dan perbaikan layanan perlu ditingkatkan agar kualitas layanan dapat terjaga sehingga konsumen dapat setia dalam menggunakan produk Telkomsel . Meningkatkan kualitas layanan, bisnis dapat memengaruhi retensi dan loyalitas pelanggan (Thaichon et al., 2012) Sebagai upaya untuk sepenuhnya menangkap kualitas layanan di era informasi baru. Teori yang terintegrasi, yang menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan adalah kombinasi dari kesetiaan perilaku dan sikap (Dick dan Basu, 1994; Oliver, 1999). Dalam hal ini, menurut Flint (2011) mempertimbangkan loyalitas pelanggan sebagai konsep dengan berbagai aspek termasuk minat pembelian ulang dan preferensi dan sikap yang sesuai terhadap merek. Sementara kesetiaan perilaku didefinisikan sebagai pembelian berulang (Zeithaml et al., 1996) secara umum diakui bahwa kualitas layanan mendorong loyalitas pelanggan dan profitabilitas perusahaan (Prentice, 2014)

Melihat fenomena ini penulis mengangkat tulisan di atas sebagai latar belakang penelitian yang berjudul : “ **PENGARUH DIMENSI-DIMENSI SERVICE QUALITY TERHADAP LOYALITAS SIKAP DAN LOYALITAS PRILAKU (STUDI PENGGUNA PRODUK LAYANAN INTERNET PT.TELKOMSEL KOTA BANDUNG)**”.

1.3 Perumusan Masalah

Telkomsel merupakan pemimpin pasar industri telekomunikasi di Indonesia yang kini dipercaya melayani lebih dari 178 juta pelanggan. Dalam upaya memandu perkembangan industri telekomunikasi seluler di Indonesia memasuki era baru layanan *mobile broadband*, PT. Telkomsel mengembangkan jaringan *broadband* di 100 kota besar di Indonesia. Untuk membantu pelayanan kebutuhan pelanggan, Telkomsel kini didukung akses *call center* 24 jam dan 430 pusat layanan yang tersebar di seluruh Indonesia.

Dari data-data yang sudah dijelaskan pada latar belakang, muncul berbagai fenomena seperti PT.Telkomsel mengalami penurunan jumlah pelanggan terbesar dibandingkan Operator pesaing . dimungkinkan bahwa pada saat menggunakan layanan internet Telkomsel pelanggan masih sering mendapatkan sinyal yang lemah dan tidak stabil meskipun Telkomsel mengklaim telah melakukan perluasan jaringan. Dengan kata lain peningkatan kualitas jaringan belum berdampak pada peningkatan kualitas layanan.

Upaya Telkomsel menyediakan saluran informasi yang beragam yaitu myTelkomsel, *Call Center* serta website belum dimanfaatkan secara maksimal oleh pelanggan terbukti dengan masih banyaknya pelanggan yang menyampaikan keluhan ke konter jasa isi pulsa dari pada saluran resmi tersebut. Pelanggan masih sering merasa terganggu dan tidak aman terhadap kasus-kasus penyalahgunaan data pelanggan. Sebagai contoh nomor telepon pribadi mereka sering menerima pesan dari nomor yang tidak mereka ketahui yang berisi penawaran produk dan jasa serta undian-undian penipuan. Interaksi pelanggan dengan perusahaan merupakan hal yang sangat penting bagi perkembangan bisnis perusahaan. Masih

banyak pelanggan belum mendapat layanan yang cepat, tepat, akurat dan handal dari Layanan *Call Center* yang disediakan oleh Telkomsel.

Berdasarkan berbagai paparan di atas peneliti ingin menguji dimensi kualitas layanan, dan efeknya terhadap loyalitas pelanggan internet produk Telkomsel. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel *Network Quality*, *Customer Service*, *Information Quality*, dan *Security*. Hubungan sebab akibat dari variabel-variabel tersebut menghasilkan beberapa persamaan yang membentuk model persamaan struktural yang akan diuji secara simultan.

1.4 Pertanyaan Penelitian

1. Apakah *Network Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Sikap?
2. Apakah *Network Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Prilaku?
3. Apakah *Customer Service* berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap Loyalitas Sikap?
4. Apakah *Customer Service* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Prilaku?
5. Apakah *Information Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Sikap?
6. Apakah *Information Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Prilaku?
7. Apakah *Security* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Sikap?
8. Apakah *Security* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Prilaku?
9. Apakah Loyalitas Sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Prilaku ?
10. Apakah dimensi – dimensi kualitas layanan meningkatkan pengaruh antara Loyalitas Sikap dan loyalitas prilaku

1.5 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengukur pengaruh hubungan Network Quality terhadap Loyalitas Sikap.
2. Untuk mengukur pengaruh hubungan Network Quality terhadap Loyalitas Prilaku.
3. Untuk mengukur pengaruh hubungan Customers Service terhadap Loyalitas Sikap .
4. Untuk mengukur pengaruh hubungan Customers Service terhadap loyalitas prilaku.
5. Untuk mengukur pengaruh hubungan Information Quality terhadap Loyalitas Sikap.
6. Untuk mengukur pengaruh hubungan Information Quality Loyalitas Prilaku.
7. Untuk mengukur pengaruh hubungan Security terhadap Loyalitas Sikap.
8. Untuk mengukur pengaruh hubungan Security terhadap Loyalitas Prilaku.
9. Untuk mengukur pengaruh hubungan Loyalitas Sikap terhadap tingkat Loyalitas Prilaku.
10. Untuk mengukur pengaruh dimensi – dimensi kualitas layanan mengintervensi terhadap loyalitas sikap dan loyalitas prilaku prilaku.

1.6 1.6 Manfaat Penelitian

a. Teoritis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi referensi penelitian yang dilakukan dimasa yang akan datang penelitian selanjutnya. Penelitian ini bertujuan mencoba untuk menyelidiki dimensi kualitas layanan internet, dan efeknya pada loyalitas pelanggan dalam layanan Selain itu, Melalui penggunaan pemodelan persamaan struktural dan teknik bootstrapping bias yang benar, penelitian menegaskan bahwa dimensi kualitas layanan dapat memengaruhi loyalitas sikap dan perilaku. Dan diharapkan dari hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi peneliti selanjutnya sebagai referensi.

b. **Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat dan berkontribusi baik kepada PT.Telkomsel yang berkaitan dengan tingkat Loyalitas pelanggan. Memberikan solusi serta masukan kepada manajemen yang terkait dengan peningkatan kualitas produk serta pelayanan PT.Telkomsel . Dalam penelitian Peneliti berharap menjadi sarana untuk menambah Pengetahuan , dan menjadikan sebuah sarana ilmu pengetahuan bagi peneliti.

1.7 Ruang Lingkup Penelitian

1.7.1 Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Variabel Eksogen: *Network Quality, Customer Service, Information Quality dan Security*
- b. Variabel Endogen : *Attitudinal Loyalty dan Behavioral Loyalty*

1.7.2 Lokasi dan Objek Penelitian

Lokasi Penelitian : Penelitian ini di lakukan di wilayah Kota Bandung dan sekitarnya

Objek Penelitian : Pengguna layanan Data Internet PT. Telkomsel

1.7.3 Waktu dan Periode Penelitian

Waktu penelitian : 15 April 2018 – 1 Desember 2018

1.8 Sistematika Penelitian

Untuk memperoleh gambaran yang jelas mengenai penelitian, maka sistematika penulisan ini dibuat, dimana sistematika tersebut adalah:

- BAB I : Merupakan bab pendahuluan yang berisi tentang gambaran umum penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian dan sistematika penulisan tugas akhir.
- BAB II : Menguraikan teori-teori yang digunakan sebagai tinjauan/landasan dalam menganalisis masalah pokok yang telah dikemukakan, tinjauan pustaka penelitian, kerangka pemikiran.
- BAB III : Menguraikan metode penelitian yang terdiri dari karakteristik penelitian, alat pengumpulan data, tahapan pelaksanaan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data dan sumber data, validitas, teknik analisis data dan analisis faktor.
- BAB IV : Bab ini menguraikan secara kronologis dan sistematis hasil dari penelitian sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian. Pembahasan hasil penelitian dimulai dari hasil analisis data, kemudian diinterpretasikan.
- BAB V : Merupakan bab kesimpulan dan saran.

Halaman ini sengaja dikosongkan