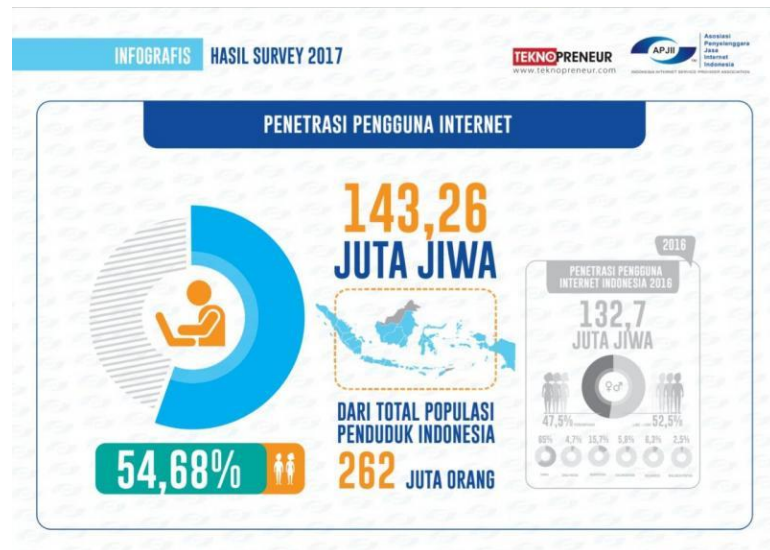


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Di Era modern saat ini dalam dunia telekomunikasi paket data merupakan kebutuhan pokok untuk menunjang hampir diseluruh bidang pekerjaan. Melihat perkembangannya teknologi EVDO atau 3G Smartfren menuju generasi 4G LTE Smartfren untuk menunjang kebutuhan konsumen yang semakin hari semakin tinggi terhadap paket data yang stabil dan koneksi cepat berupa gambar, video atau biasa yang kita sebut *triple play*. Seiring berkembangnya zaman, bermunculan juga pendukung-pendukung aplikasi untuk menggunakan layanan tersebut yang berakibat semakin meningkatnya kebutuhan penggunaan internet di Indonesia. Berdasarkan hasil survei yang bekerja sama dengan Teknopreneur yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) mengungkap bahwa lebih dari setengah penduduk Indonesia kini telah terhubung ke internet. Survei yang dilakukan sepanjang 2017 menemukan bahwa 143,26 juta orang Indonesia telah terhubung ke internet dan adapun total penduduk Indonesia sendiri sebanyak 262 juta orang. Hal ini berarti terjadi peningkatan sebesar 54,68% dibandingkan dengan tahun 2016 yaitu 132,7 juta orang pengguna internet. Melalui hasil survei pada tahun 2016 menunjukkan adanya kenaikan sebesar 10,56 juta jiwa.

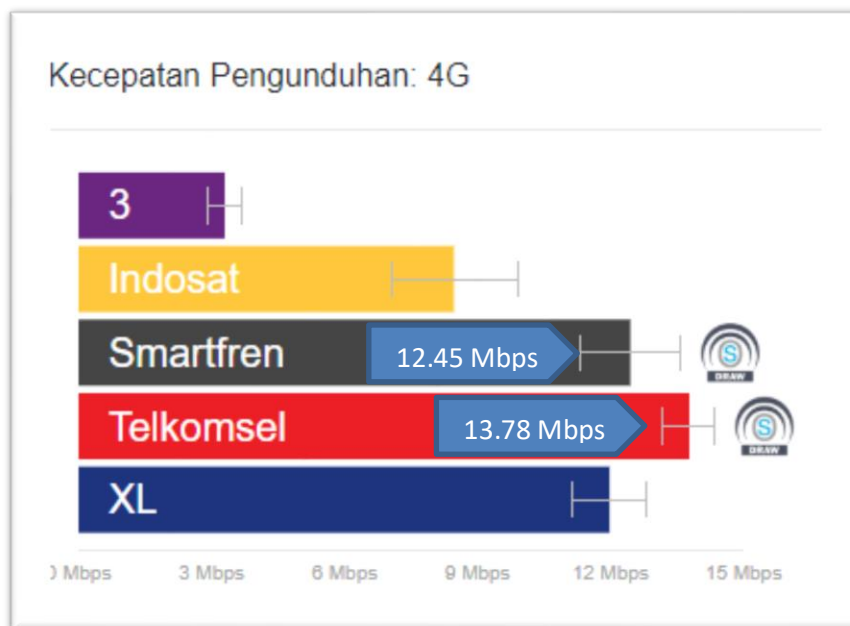


Gambar 1.1 Penggunaan Internet di Indonesia (Soemartono, 2018)

Seiring dengan meningkatnya kebutuhan internet maka dibutuhkan pula akses yang cepat untuk layanan *broadband*. Teknologi layanan *broadband* terus berkembang dimulai dari generasi pertama atau yang biasa disebut 1G, dimana pada generasi ini menggunakan standar teknologi *Nordic Mobile Telephone* (NMT) yang penggunaannya masih bersifat analog, setelah itu dilanjutkan dengan masuknya teknologi 2G yang berbasis digital dan dilanjutkan dengan teknologi 2,5G dalam hal ini terjadi peningkatan *bandwidth* dari generasi sebelumnya dan saat ini telah mencapai teknologi 4G.

Pada penelitian kali ini objek yang diambil adalah Smartfren merupakan operator selular 4G LTE Advanced yang memungkinkan pelanggan dapat menikmati layanan 4G LTE lebih optimal dengan cakupan wilayah yang kapasitas Frequency Division Duplex (FDD) untuk fitur download dan kapasitas bandwidth Time Division Duplex (TDD) untuk fitur upload yang disediakan jika dibandingkan dengan operator lainnya jauh lebih besar, menjadikan layanan Smartfren 4G LTE Advanced lebih cepat dan lebih stabil. Smartfren mulai melakukan peningkatan jaringan dengan menerapkan teknologi terbaru dari antena Massive MIMO secara komersil yang dimulai sejak Januari 2018. Teknologi ini diklaim lebih baik ketimbang 2x2 MIMO maupun 4x4 MIMO. Peningkatan teknologi jaringan yang disebut 4G+ ini sejalan dengan rencana Smartfren untuk

menambah jumlah pengguna tahun ini sebanyak dua kali lipat, dari 12 pelanggan menjadi di atas 20 juta pelanggan. Massive MIMO memiliki banyak beam atau jalur yang bisa diterima oleh perangkat sehingga bisa meningkatkan stabilitas dan koneksi pada handset dengan kecepatan rata-rata per pengguna hingga 40 Mbps. Antena yang menggunakan frekuensi time division duplex (TDD) tersebut dimanfaatkan disekitar gedung tinggi dengan ketinggian 30 lantai. Untuk mendapatkan koneksi yang stabil maka jaraknya idealnya bisa mencapai radius 100-meter. Smartfren tak menutup kemungkinan untuk memperluas cakupan teknologinya selama kawasan tersebut memiliki basis pengguna cukup dan kebutuhannya mendesak seiring dengan meningkatnya kebutuhan kecepatan akses internet setiap tahunnya. (Smartfren, 2018).



Gambar 1.2 Kecepatan Download (Open Signal, 2018)

Pada Gambar 1.2. terlihat bahwa Telkomsel menduduki posisi pertama dalam akses kecepatan internet di makassar. Metrik ini menunjukkan kecepatan rata-rata pengunduhan pada setiap operator untuk koneksi LTE sebagai halnya diukur bagi pengguna OpenSignal.

1.2 Latar Belakang Penelitian

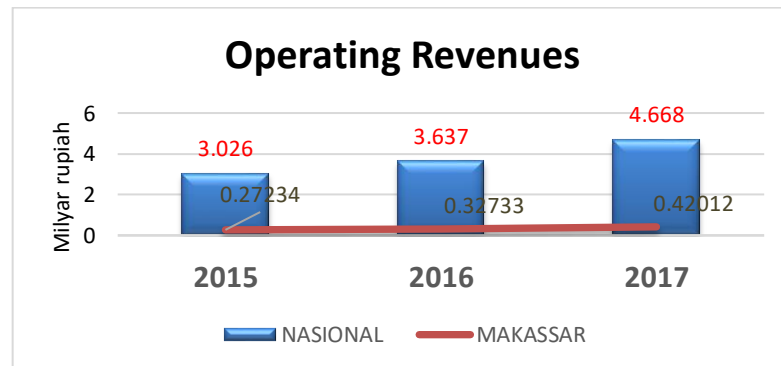
Saat ini dunia internet dan perkembangan teknologi informasi kian pesat yang *inline* dengan perkembangan sosial masyarakat Indonesia akan menuju kepada masyarakat informasi yaitu masyarakat yang menempatkan telekomunikasi sebagai kebutuhan pokok dalam melakukan aktivitas sehari-hari yang mencakup hampir disemua aktifitas rumah, kantor, bisnis, dll yang mencakup pada kalangan anak-anak, remaja, dan orang tua untuk memenuhi kebutuhannya sehari-hari. Oleh karena itu, permintaan akan layanan telekomunikasi baik dari sisi jumlah maupun kualitas akan semakin meningkat. Aktifitas tersebut terkait dengan akses internet baik untuk mencari informasi dengan browsing pada website terkait atau mengadakan interaksi berupa komunikasi lewat media sosial yang saat ini *app* sudah beragam pula untuk mendukung layanan *call*, *videocall*, *chat*, kirim file, gambar, dan video.

Oleh karena itu, peningkatan layanan internet oleh perusahaan layanan telekomunikasi diperlukan untuk menciptakan kenyamanan serta kecepatan pada konsumen. Operator telekomunikasi dituntut untuk terus berinovasi dikarenakan peningkatan permintaan masyarakat untuk memuaskan permintaan masyarakat di Indonesia begitupun dunia. Inovasi perusahaan tersebut beragam salah satunya hingga adanya inovasi terhadap jaringan terbaru yang disebut 4G. Ketika masyarakat cukup dengan jaringan 3G, lambat laun masyarakat terus menginginkan peningkatan kecepatan akses internet untuk menunjang aktivitasnya. Sistem 4G akan dapat menyediakan solusi IP yang ekstensif yaitu meliputi suara, data, dan arus multimedia bisa sampai kepada pengguna kapanpun dan dimana saja, pada rata-rata data lebih tinggi dari generasi 3G sebelumnya.

Salah satu perusahaan yang bermain pada jaringan tersebut adalah Smartfren. Awal mula Smartfren bernama PT Smart Telecom Tbk dan PT Mobile-8 Telecom Tbk (Mobile-8) sebelum tanggal 23 Maret 2011. PT Mobile-8 Telecom Tbk awalnya dimiliki oleh PT Global Mediacom Tbk. Namun karena finansial dan terjadi penurunan penjualan produk, oleh karena itu perusahaan ini diakuisisi Sinar Mas Group pada bulan November 2009 dan mengganti nama perusahaan tersebut menjadi PT Smartfren Telecom Tbk pada tanggal 23 Maret 2011.

Pada 19 Agustus 2015, Smartfren meluncurkan produknya yang bernama smartfren 4G LTE-Advanced dan menjadi operator seluler pertama di Indonesia yang menggunakan teknologi 4G LTE Advanced (atau yang dikenal sebagai 4.5G dengan kecepatan mengunduh hingga 300 Mbps).

Seiring dengan komitmen Smartfren untuk menghadirkan layanan data terbaik kepada pelanggan, Smartfren telah mewujudkannya dengan penerapan teknologi terbaru yaitu 4G LTE sejak bulan Agustus 2015. Di tahun 2016, Smartfren terus mengembangkan layanan 4G LTE sehingga bertransformasi menjadi layanan yang mendukung gaya hidup masyarakat aktif dan modern yang semakin eksis dalam ekosistem digital saat ini. Jaringan 4G LTE Smartfren tanpa batas yang tersebar luas di Wilayah Indonesia telah menjadi jembatan pemersatu untuk menopang kemajuan masyarakat yang modern, mobile dan dinamis di seluruh aktivitas, baik untuk video streaming atau chatting dengan teman, *e-shopping*, bersosial media, maupun aktivitas bisnis dengan rekan kerja. (Smartfren, 2018)



Gambar 1.3 Operating Revenue (Pendapatan Usaha)

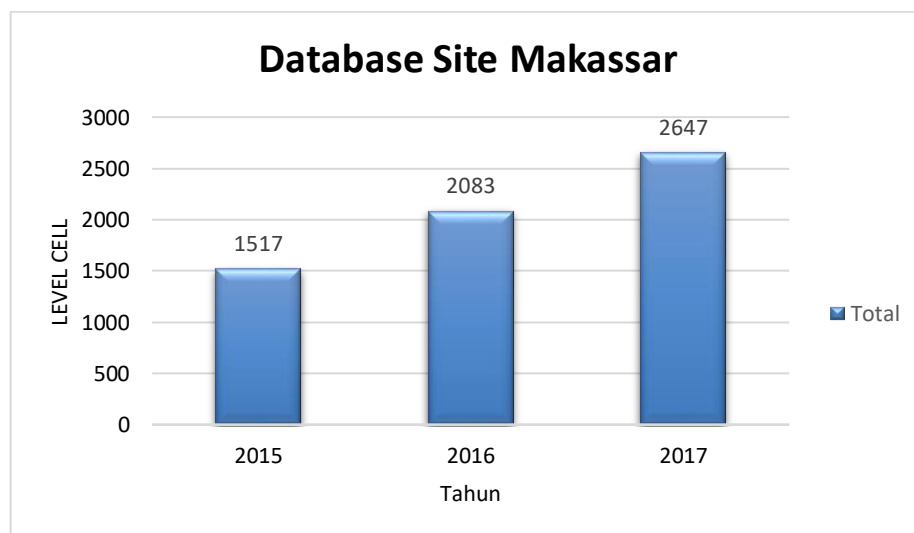
Sumber: Regional Head Sulawesi & Kalimantan Wartawan (Nurul Adha,2017)

Telecom TBK Regional Sulawesi dan Kalimantan menilai tren pertumbuhan yang diraih cukup baik diarea ini sepanjang 2016. Artikel ini telah tayang di Tribun-Timur.com dengan judul Penjualan Smartfren di Sulawesi Selatan berkontribusi 9 persen secara nasional, pelanggan dan pendapatan Smartfren tumbuh sejalan dan berbanding sama. Secara keseluruhan di Sulawesi Selatan,

penggunaan Mifi dan smartphone Andromax mendapat apresiasi dari daerah Takalar, Bantaeng dan Bulukumba (Nurul Adha,2017).

Faktor pendukung untuk menarik minat pelanggan salah satunya adalah program promo yang ditawarkan sepanjang 2017 hingga 2018. Dari data yang diperoleh selama ini pendapatan Smartfren Indonesia sekitar 80 persen berasal dari data, sisanya dari *voice* atau nelfon.

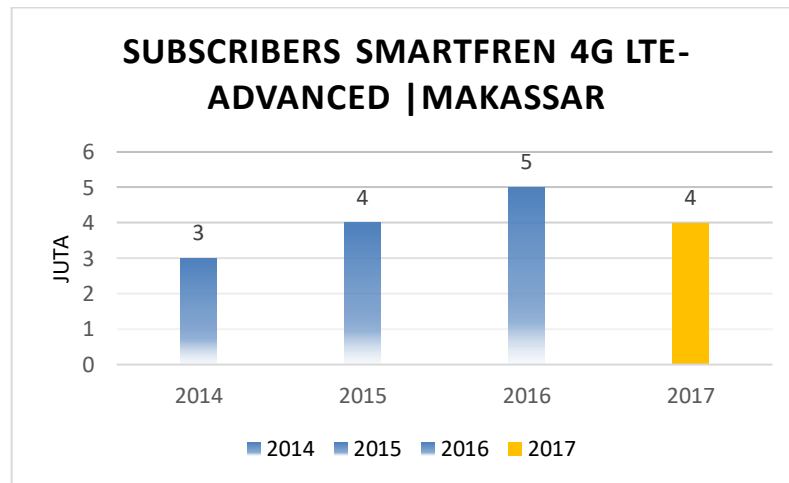
Adapun faktor pendukung lainnya dari sisi network tentunya sangat signifikan. Berikut pertumbuhan penambahan site selama tahun 2015 hingga 2017 dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 1.4 Database site 4G LTE

Sumber: Smartfren Internal

Berdasarkan gambar di atas dapat disimpulkan bahwa total site yang telah di instalasi dari tahun 2015 hingga 2017 yaitu 352 dengan total cell 4G LTE sebanyak 2647 cell. Berawal pada 19 Agustus 2015, Smartfren meluncurkan produknya yang bernama smartfren 4G LTE-Advanced dan menjadi operator seluler pertama di Indonesia yang menggunakan teknologi 4G LTE Advanced (atau yang dikenal sebagai 4.5G dengan kecepatan mengunduh hingga 300 Mbps).



Gambar 1.5 Data Pelanggan Smartfren 4G LTE-Advanced

Sumber: Smartfren Internal

Berdasarkan Gambar 1.5 diatas,data diambil melalui hasil wawancara di Kantor Regional Smartfren Makassar (Pak Acil) Manager Regional Makassar berstatement yaitu “sejak regulasi pemerintah yang mengharuskan pengguna layanan komunikasi seluler untuk mendaftarkan nomor telfon dan identitas pelanggan menimbulkan sejumlah dampak diantaranya jumlah pengguna smartfren khususnya di Makassar sendiri belum kembali 100% dari total jumlah 4 s.d 5jt subscirber tercatat sampai akhir 2017 masih sekitar 3 jt pelanggan lama dan 1 jt pelanggan yang baru registrasi ulang maupun registrasi baru (SIM Card). Jadi total penurunan pelanggan sekitar 1 juta dan masih diupayakan sampai saat ini oleh Smartfren regional di Makassar”.

Adapun faktor pendukung statement tersebut yaitu dengan kemunculan Smartfren 4G LTE-Advanced dalam memberikan layanan data diikuti semakin tinggi juga komplain dari pelanggan yang diterima oleh PT Smartfren dikarenakan adanya ketidakpuasan terhadap produk Andromax Smartfren 4G LTE-Advanced. Adapun beberapa jenis komplain yang dikeluhkan oleh pelanggan Smartfren 4G LTE-Advanced:

1. *Device Problem*

Komplain yang dikeluhkan oleh pelanggan pada kategori device problem adalah:

- a. Firmware modem
- b. Device tidak ada service setelah upgrade
- c. Baterai modem cepat panas
- d. Tidak bisa melakukan browsing

2. *Internet Problem*

Komplain yang dikeluhkan oleh pelanggan pada kategori internet problem adalah:

- a. Lokasi di beberapa daerah yang berada di luar Makassar
- b. Tidak dapat lock signal
- c. Tidak dapat menggunakan internet
- d. Mudah *disconnected* dan sinyal lemah
- e. Saat tidak berinternet, tidak bisa dituntaskan dengan prosedur troubleshoot.

3. *Dispute on Package*

Komplain yang dikeluhkan oleh pelanggan pada kategori *Dispute on Package* adalah beberapa pelanggan tidak mendapatkan kuota full 8Gb ketika aktivasi perangkat baru.

4. *Payment problem*

Komplain yang dikeluhkan oleh pelanggan pada kategori *Payment problem* adalah masalah isi ulang seperti top up via Bank Mandiri

5. *Top up Problem*

Komplain yang dikeluhkan oleh pelanggan pada kategori *Top up Problem* adalah pengisian pulsa gagal.

Pada **Gambar 1.5** terlihat bahwa pelanggan Smartfren 4G LTE Advanced mengalami penurunan yang cukup signifikan, karena fakta itu dan belum adanya penelitian terdahulu yang membahas tentang masalah ini maka penulis ingin meneliti hal tersebut dengan memberi judul "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas layanan dan Harga Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Kasus Smartfren 4G LTE Advanced".

1.3 Perumusan Masalah

Smartfren memiliki banyak promo maupun faktor pendukung lainnya yaitu penambahan site dari tahun ketahun semenjak Smartfren meluncurkan produknya yang bernama smartfren 4G LTE-Advanced dan menjadi operator seluler pertama di Indonesia yang menggunakan teknologi 4G LTE Advanced (atau yang dikenal sebagai 4.5G dengan kecepatan mengunduh hingga 300 Mbps). Oleh karena itu belum ditemukannya penelitian terdahulu yang membahas mengenai pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Dan adapun dalam penulisan ini penulis ingin menjawab beberapa *Problem Statement* berkaitan yang muncul, antara lain:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan/ loyalitas pelanggan Mifi Andromax Smartfren 4G LTE-Advanced?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dan/ loyalitas pelanggan Mifi Andromax Smartfren 4G LTE-Advanced?
3. Apakah kualitas jasa berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan/ loyalitas pelanggan Mifi Andromax Smartfren 4G LTE-Advanced?
4. Bagaimana pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan pelanggan dan/ loyalitas pelanggan Mifi Andromax Smartfren 4G LTE-Advanced?
5. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan/ loyalitas pelanggan Mifi Andromax Smartfren 4G LTE-Advanced?
6. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan dan/ loyalitas pelanggan Mifi Andromax Smartfren 4G LTE-Advanced?
7. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Mifi Andromax Smartfren 4G LTE-Advanced?
8. Bagaimana Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Mifi Andromax Smartfren 4G LTE-Advanced?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah disebutkan, maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk:

1. Menganalisis pengaruh kualitas produk Mifi Andromax Smartfren 4G LTE-Advanced terhadap tingkat kepuasan dan/ loyalitas pelanggan
2. Mengetahui pengaruh kualitas produk Mifi Andromax Smartfren 4G LTE-Advanced terhadap tingkat kepuasan dan/ loyalitas pelanggan
3. Menganalisis pengaruh kualitas Jasa Mifi Andromax Smartfren 4G LTE-Advanced terhadap tingkat kepuasan dan/ loyalitas pelanggan
4. Mengetahui pengaruh kualitas Jasa Mifi Andromax Smartfren 4G LTE-Advanced terhadap tingkat kepuasan dan/ loyalitas pelanggan
5. Menganalisis pengaruh harga produk Mifi Andromax Smartfren 4G LTE-Advanced terhadap tingkat kepuasan dan/ loyalitas pelanggan
6. Mengetahui pengaruh harga produk Mifi Andromax Smartfren 4G LTE-Advanced terhadap tingkat kepuasan dan/ loyalitas pelanggan
7. Menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Mifi Andromax Smartfren 4G LTE-Advanced.
8. Mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Mifi Andromax Smartfren 4G LTE-Advanced.

1.5 Manfaat Penelitian

a. Untuk PT Samrtfren

Bagi PT. Smartfren, penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai acuan dalam melakukan langkah-langkah terkait mengenai bauran pemasaran terhadap intensi pembelian, sehingga dapat dijadikan pertimbangan dalam pengembangan strategi dimasa yang akan datang.

b. Untuk Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta informasi yang sangat berguna mengenai pengaruh bauran pemasaran terhadap intensi pembelian melalui citra merek pada modem Andromax Smartfren 4G LTE Advanced.

c. Untuk Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau bahan masukan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang terkait dengan pengaruh variable-variabel pemasaran dalam hal ini *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Lokasi), *Promotion* (Promosi) serta Citra Merek (*BrandImage*) sebagai variabel intervening terhadap intensitas pembelian produk.

1.6 Sistematika Penulisan Tesis

Peneliti membagi penulisan penelitian ini ke dalam 5 (lima) bab dengan urutan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan diuraikan garis besar penelitian, seperti gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan penelitian.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Bab ini berisi mengenai kajian pustaka, teori-teori yang digunakan dan literatur-literatur yang digunakan, kerangka pemikiran, penelitian terdahulu, dan hipotesis penelitian.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai jenis penelitian, operasionalisasi teknik, teknik pengumpulan, analisis data yang digunakan, serta teknik pengujian hipotesis

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi mengenai pengolahan data dan pengujian hipotesis dengan menggunakan data yang telah berhasil dikumpulkan. Dalam bab ini juga berisi penjelasan detail mengenai hasil penelitian yang diperoleh dan pembahasan mengenai hasil-hasil pengolahan data.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai kesimpulan terhadap hasil penelitian berikut saran-saran berkaitan dengan peneliti.