

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi saat ini yang semakin maju dan hal tersebut mempengaruhi perubahan perilaku kehidupan masyarakat global. Salah satu bentuk perkembangan teknologi yang memiliki peranan penting bagi masyarakat adalah teknologi informasi berupa internet. Dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi dan globalisasi berdampak pada semakin ketatnya persaingan memperebutkan pangsa pasar dalam dunia bisnis saat ini. Akibatnya, bisnis saat ini harus bersaing untuk menarik dan mempertahankan pelanggan setia. Bisnis yang ingin sukses di era globalisasi ini harus memiliki strategi untuk menjangkau pelanggannya dengan memahami siapa mereka dan bagaimana berperilaku (Sari 2013).

Dengan semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap teknologi maka muncul beberapa perusahaan penyedia layanan teknologi informasi seperti Astinet, Indihome, Iconnet, dan PT. Restu Panca Alam. Sehingga akan mendorong semakin tajamnya persaingan antar perusahaan layanan teknologi informasi. Seluruh kompetitor berlomba-lomba untuk bersaing memenangkan pangsa pasar (Hidayat and Firdaus 2016). Sehingga dapat terus berkembang dan maju di Era moderenisasi yang berlangsung saat ini. Dalam sebuah persaingan bisnis perlu beberapa strategi untuk menjaga perusahaan dalam persaingan, sehingga perlu memberikan pelayanan prima serta menjaga kualitas yang baik (Widiawati 2018). Guna menumbuhkan

kenyamanan dan kepercayaan pelanggan dalam bermitra (Darwin and Kunto 2014) sebagaimana slogan yang sangat terkenal di dunia perdagangan “pembeli adalah raja”, untuk membangun keunggulan, memenuhi dan mencapai tujuan itu perlu adanya strategi yang harus di terapkan. Salah satu strategi yang harus dilakukan adalah strategi dalam bidang pemasaran (Afrilia 2018).

Dalam strategi pemasaran itu menyangkut beberapa hal yaitu Produk (*Product*), Harga (*Price*), Tempat (*Place*) dan Promosi (*Promotion*) (Anggraeni and Iriani 2021). Perencanaan strategi pemasaran dilakukan dengan mengembangkan keunggulan bersaing dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran. Salah satunya adalah memperhatikan yang namanya perilaku konsumen (Fahmi 2015). Dalam teori perilaku konsumen ada sebuah teori yang harus diperhatikan yaitu Loyalitas pelanggan /*customer loyalty* adalah komitmen untuk mempertahankan secara mendalam melalui pembelian berulang secara tetap dari suatu produk/ layanan, meski pengaruh situasi dan berbagai usaha pemasaran dapat menyebabkan perubahan perilaku. Pernyataan di atas berarti palanggan yang setia adalah pelanggan yang fanatisme relatif permanen atau jangka panjang dari produk, layanan, atau perusahaan yang dipilih (Prihandini, Sigit, and Hadi 2021). Loyalitas pelanggan adalah kelekatan pelanggan terhadap merek dan komitmen untuk selalu tetap setia pada merek tersebut (Putra and Ekawati 2017).

Loyalitas pelanggan kepada penyedia layanan internet dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kualitas pelayanan, kualitas jaringan, kepercayaan dan kepuasan terhadap jasa yang diberikan. Loyalitas akan tercapai ketika perusahaan berupaya menyediakan barang dan jasa yang diinginkan pelangganya dengan memberikan

fasilitas-fasilitas yang mendukung dalam membentuk loyalitas pelanggan. Pengalaman pelanggan yang positif dan keterikatan emosional terhadap produk atau jasa dapat menciptakan pelanggan setia dan sulit untuk beralih ke produk lain. Faktor pertama yang digunakan dalam penelitian ini untuk menguji pengaruh terhadap loyalitas pelanggan adalah kualitas pelayanan. Definisi Kualitas Pelayanan berfokus pada pemenuhan kebutuhan, keinginan pelanggan dan ketepatan penyampaian untuk menyeimbangkan harapan pelanggan (Maramis F, Sepang J 2018). Kualitas layanan yaitu ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan dalam memenuhi harapan pelanggan. Untuk mencapai kepuasan konsumen, kualitas pelayanan harus memenuhi harapan. Apabila kualitas pelayanan tidak bisa melebihi harapan konsumen, tentu tidak akan membawa kepuasan bagi konsumen (Putra, Pebrianto, and Sudrartono 2022). Menurut (Hidayat and Firdaus 2016) kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Menurut (Khoirunnisa' and Wijayanto 2021) kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan berikutnya adalah kualitas jaringan. Kualitas jaringan ialah titik yang menghubungkan satu titik ke titik lainnya melalui koneksi yang tersedia sehingga orang lain dapat berkomunikasi dan menyampaikan informasi (Busman and Wibisono 2021). Menurut (Busman and Wibisono 2021) kualitas jaringan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan berikutnya adalah kepercayaan. Kepercayaan didefinisikan sebagai kesediaan suatu pihak menerima risiko dari tindakan pihak lain berdasarkan harapan bahwa pihak lain tersebut akan melakukan suatu tindakan yang penting bagi pihak yang mengandalkan, terlepas dari



kemampuan untuk memantau dan mengendalikan tindakan pihak terpercaya (Sansuri, Bagis, and Sutanto 2015). Kepercayaan /*trust* adalah keyakinan bahwa tindakan orang atau kelompok lain konsisten dengan keyakinan mereka (Yuniarta, S., and Wulandari 2019). Menurut (Hidayat and Firdaus 2016) Kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

PT. Restu Panca Alam adalah perusahaan layanan internet yang berdiri sejak 25 Maret 2019. PT. Restu Panca Alam beralamatkan di Jl Jendral Sudirman No. 317 Desa Josari, Kec. Jetis Kab. Ponorogo. PT. Restu Panca Alam banyak diminati pelanggan di Desa Sahang Ngebel. Saat ini baru saja hadir layanan internet dari PLN yaitu Icon net di Desa Sahang Ngebel. Biasanya pemikiran masyarakat pedesaan lebih fanatik/ tidak mudah terpengaruh. Pelanggan PT. Restu Panca Alam ini tetap setia menggunakan layanan internet di PT. Restu Panca Alam. Observasi sederhana yang peneliti lakukan menemukan fenomena masyarakat yang lebih memilih loyal menggunakan layanan internet dari PT. Restu Panca Alam di bandingkan penyedia layanan internet lainnya misalkan indihome, iconnect dan lainnya, padahal pada umumnya di daerah lainnya yang ada di ponorogo lebih memilih berlangganan layanan internet yang disediakan oleh BUMN misalkan layanan internet dari Indihome. Dugaan sementara peneliti, temuan fenomena loyalitas masyarakat ngebel dalam menggunakan layanan internet dari PT. Restu Panca Alam, disebabkan oleh kualitas jaringan yang disediakan oleh PT. Restu Panca Alam sangat baik dan tidak mudah terganggu oleh perubahan cuaca, kedua loyalitas masyarakat dalam menggunakan layanan internet dari PT. Restu Panca Alam dikarenakan layanan yang baik yang disediakan oleh PT. Restu Panca Alam terhadap aduan ataupun keluhan

pelanggan sehingga sangat responsive dalam melayani pengguna layanan internet dari PT. Restu Panca Alam, hal – hal tersebutlah yang mendorong tingginya tingkat kepercayaan masyarakat untuk loyal dalam menggunakan layanan internet dari PT. Restu Panca Alam

Berdasarkan deskripsi latar belakang tersebut maka penulis mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Jaringan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Restu Panca Alam di Ngebel Ponorogo)”**

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka perumusan masalah yang mendasari dalam pembuatan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Restu Panca Alam ?
2. Apakah Kualitas Jaringan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Restu Panca Alam?
3. Apakah Kepercayaan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Restu Panca Alam?
4. Apakah Kualitas pelayanan, Kualitas jaringan dan Kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Restu Panca Alam?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan penelitian**

- a. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Restu Panca Alam.
- b. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Jaringan terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Restu Panca Alam.
- c. Untuk mengetahui pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Restu Panca Alam.
- d. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas pelayanan, Kualitas jaringan dan Kepercayaan secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Restu Panca Alam

### **2. Manfaat Penelitian**

#### **a. Bagi Peneliti**

Peneliti mendapatkan tambahan wawasan terkait pengaruh kualitas pelayanan, kualitas jaringan, dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan. Sehingga dapat diaplikasikan untuk menjawab permasalahan dalam penanganan kegiatan usaha.

#### **b. Bagi Perusahaan**

Penelitian ini dapat memberikan gambaran bagi perusahaan untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi keputusan konsumen dalam memilih penggunaan produk atau jasa.

#### **c. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Penelitian ini sebagai referensi dalam penelitian selanjutnya terutama dalam meneliti masalah ini.

