BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era globalisasi telah memberikan dampak yang signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan masyarakat. Kebutuhan akan layanan komunikasi yang cepat, mudah, dan efisien terus mengalami peningkatan seiring dengan berkembangnya aktivitas di bidang pendidikan, pekerjaan, bisnis, maupun interaksi sosial. Perkembangan tersebut mendorong perusahaan telekomunikasi untuk terus berinovasi dalam menyediakan produk dan layanan yang mampu memenuhi kebutuhan pelanggan. Dalam menghadapi kondisi tersebut, perusahaan tidak hanya berfokus pada upaya memperoleh pelanggan baru, tetapi juga dituntut untuk mempertahankan pelanggan yang telah dimiliki melalui peningkatan kualitas produk, kualitas pelayanan, serta pembangunan kepercayaan pelanggan sehingga dapat menciptakan loyalitas pelanggan.

Di tengah persaingan yang semakin ketat antara operator telekomunikasi, pemahaman terhadap perilaku konsumen menjadi hal yang penting bagi perusahaan. Salah satu faktor yang menentukan keberhasilan suatu produk atau jasa di pasar adalah loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan adalah kombinasi antara sikap dan perilaku yang terwujud tidak hanya dalam frekuensi pembelian ulang, tetapi juga dalam adanya rasa percaya yang berkelanjutan terhadap produk atau layanan tertentu. Menurut Siswati (2021:44), loyalitas pelanggan adalah kecenderungan perilaku pelanggan untuk melakukan pembelian ulang

secara terus-menerus terhadap suatu produk atau jasa. Loyalitas tersebut terbentuk melalui proses yang berlangsung dalam jangka waktu lama dan didukung oleh pengalaman pembelian yang berulang.

Menurut Tjiptono (2020:33) Dalam konteks pemasaran, terdapat beberapa faktor utama yang memengaruhi loyalitas pelanggan, diantaranya kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepercayaan pelanggan. Kualitas produk memiliki hubungan dengan loyalitas pelanggan karena produk yang mampu memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan akan menimbulkan kepuasan, kepercayaan, dan pengalaman positif. Ketika pelanggan merasa bahwa produk yang digunakan memiliki kualitas yang baik, mereka cenderung melakukan pembelian ulang, tetap menggunakan produk tersebut dalam jangka panjang, serta merekomendasikannya kepada orang lain. Menurut Firmansyah (2019:25), kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk atau jasa dalam memberikan manfaat dan memenuhi kebutuhan serta harapan pelanggan. Dalam konteks jasa, kualitas produk dapat dilihat dari sejauh mana layanan yang diberikan mampu berfungsi dengan baik dan sesuai harapan pelanggan.

Selain kualitas produk, kualitas pelayanan juga menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi loyalitas pelanggan terhadap suatu produk maupun jasa. Pelayanan yang diberikan secara baik, konsisten, dan sesuai dengan harapan pelanggan dapat meningkatkan kepuasan serta kepercayaan, sehingga mendorong pelanggan untuk tetap menggunakan produk atau jasa tersebut secara berkelanjutan. Menurut Cholik (2025:105), Kualitas pelayanan merupakan tingkat penilaian terhadap pelayanan yang diberikan dalam

memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan atas suatu produk atau jasa. pelayanan dinilai berkualitas apabila memberikan manfaat yang sesuai dengan tujuan layanan serta memenuhi keinginan pelanggan sebagaimana yang diharapkan.

Faktor lain yang memengaruhi loyalitas pelanggan adalah kepercayaan pelanggan. Kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan adalah hubungan yang menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan, produk, atau jasa, maka semakin tinggi pula loyalitas pelanggan. Pelanggan yang percaya bahwa perusahaan mampu memenuhi janji, memberikan layanan yang konsisten, dan menyediakan produk yang berkualitas akan cenderung melakukan pembelian ulang, tetap menggunakan produk, serta merekomendasikannya kepada orang lain. Menurut Wardhana (2024:335), Kepercayaan pelanggan merupakan hubungan yang terbentuk melalui komitmen serta kedekatan antara pelanggan dan produk atau jasa. Ketika pelanggan memiliki keterlibatan yang tinggi terhadap suatu produk atau jasa, maka secara tidak langsung akan terbentuk tingkat kepercayaan yang kuat. Kepercayaan tersebut muncul karena pelanggan meyakini bahwa produk atau jasa yang digunakan mampu memberikan manfaat serta kinerja yang sesuai.

Telkomsel merupakan salah satu perusahaan penyedia layanan telekomunikasi yang menyediakan berbagai produk dan layanan seluler untuk memenuhi kebutuhan komunikasi masyarakat, termasuk di Kota Kupang. Salah satu produk yang banyak digunakan adalah kartu seluler Simpati Telkomsel,

yang menawarkan layanan telepon, pesan singkat, dan akses internet. Dalam menghadapi persaingan industri telekomunikasi yang semakin ketat, Telkomsel dituntut untuk terus meningkatkan kualitas produk melalui penyediaan jaringan yang stabil, kualitas pelayanan yang cepat dan responsif, serta membangun kepercayaan pelanggan melalui layanan yang konsisten dan dapat diandalkan. Upaya tersebut dilakukan agar pelanggan tetap merasa puas, terus menggunakan layanan yang ditawarkan, dan memiliki loyalitas yang tinggi terhadap kartu seluler Simpati Telkomsel.

Namun, keberhasilan Telkomsel di Kota Kupang belum sepenuhnya optimal karena masih terdapat beberapa permasalahan yang memengaruhinya. Berdasarkan hasil observasi awal, ditemukan beberapa permasalahan yang berkaitan dengan kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepercayaan pelanggan. Dari aspek kualitas produk, sebagian pelanggan masih mengeluhkan kualitas jaringan internet yang belum stabil di beberapa wilayah serta paket internet yang dinilai belum sepenuhnya memenuhi kebutuhan pelanggan. Dari aspek kualitas pelayanan, masih ditemukan keluhan terkait lambatnya penanganan keluhan, respons layanan yang belum optimal, serta kesulitan dalam memperoleh informasi mengenai layanan tertentu. Dari aspek kepercayaan pelanggan, sebagian pelanggan masih membandingkan kualitas layanan Telkomsel dengan operator lain, sementara gangguan jaringan yang terjadi pada waktu tertentu memengaruhi tingkat keyakinan pelanggan terhadap konsistensi layanan Telkomsel. Berbagai kondisi tersebut berimplikasi pada loyalitas pelanggan, yang ditunjukkan dengan masih adanya pelanggan yang

menggunakan lebih dari satu kartu operator serta kecenderungan untuk beralih ke operator lain karena pertimbangan kualitas produk dan kualitas pelayanan.

Untuk memperkuat fenomena tersebut, dapat dilihat pada data jumlah pelanggan Kartu Seluler Simpati Telkomsel di Kota Kupang tahun 2021–2025:

Tabel 1.1

Jumlah Pelanggan Kartu Seluler Simpati Telkomsel di Kota Kupang Tahun (2021-2025)

No	Tahun	Jumlah pelanggan	Naik/turun	Persentase
1	2021	140.000	-	-
2	2022	133.650	-6.350	-4,5%
3	2023	139.500	5.850	4,4%
4	2024	131.400	-8.100	-6,2%
5	2025	128.250	-3.150	-2,4%

Sumber:Data Grapari Telkomsel Kota Kupang, 2026

Berdasarkan Tabel 1.1, jumlah pelanggan Kartu Seluler Simpati Telkomsel di Kota Kupang mengalami fluktuasi selama periode 2021–2025. Pada tahun 2021 jumlah pelanggan tercatat sebanyak 140.000 pelanggan, kemudian pada tahun 2022 menurun menjadi 133.650 pelanggan atau berkurang sebesar 4,5%. Penurunan tersebut menunjukkan adanya perubahan jumlah pelanggan dalam menggunakan kartu Simpati yang dapat menjadi indikasi adanya pertimbangan terhadap kualitas produk, kualitas pelayanan, serta kepercayaan pelanggan. Pada tahun 2023 jumlah pelanggan kembali meningkat menjadi 139.500 pelanggan atau bertambah sebesar 4,4%, yang menunjukkan adanya peningkatan kembali penggunaan kartu Simpati. Namun,

pada tahun 2024 jumlah pelanggan kembali menurun menjadi 131.400 pelanggan atau berkurang sebesar 6,2%, yang menunjukkan adanya perubahan jumlah pelanggan yang dapat mengindikasikan sebagian pelanggan beralih atau tidak melanjutkan penggunaan kartu Simpati. Selanjutnya, pada tahun 2025 jumlah pelanggan kembali menurun menjadi 128.250 pelanggan atau berkurang sebesar 2,4%. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa meskipun terjadi peningkatan jumlah pelanggan pada tahun 2023, secara keseluruhan jumlah pelanggan selama periode 2021–2025 cenderung menurun. Penurunan tersebut menjadi indikasi adanya permasalahan yang perlu dikaji lebih lanjut, khususnya terkait kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepercayaan pelanggan yang dapat memengaruhi loyalitas pelanggan.

Untuk memperkuat penelitian ini, dikemukakan beberapa hasil penelitian terdahulu yang relevan. Berdasarkan Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Saputro dkk. (2021), dengan judul Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan kartu prabayar Simpati (Studi kasus pada masyarakat Solo, Jawa Tengah), hasil penelitian ini yaitu kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan kartu prabayar Simpati, kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalotas pelanggan kartu prabayar Simpati dan kepercayaan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan kartu prabayar Simpati (Studi kasus pada masyarakat Solo, Jawa Tengah).

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Panji (2022), dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu Seluler Simpati Telkomsel Pada Mahasiswa Universitas Muria Kudus, hasil penelitian ini yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepercayaan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan kartu seluler Simpati Telkomsel pada Mahasiswa Universitas Muria Kudus.

Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan masih belum konsisten, selain itu, penelitian sebelumnya dilakukan lokasi yang berbeda dengan penelitian ini. Oleh karena itu penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui apakah kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan kartu Seluler Simpati Telkomsel di Kota Kupang.

Berdasarkan latar belakang serta fenomena di atas, maka penulis ingin melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu Seluler Simpati Telkomsel di Kota Kupang".**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan kartu Seluler Simpati Telkomsel di Kota Kupang”.

1.3 Persoalan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan masalah penelitian yang dipaparkan, maka adapun persoalan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan kartu Seluler Simpati Telkomsel di Kota Kupang?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan kartu Seluler Simpati Telkomsel di Kota Kupang?
3. Apakah kepercayaan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan kartu Seluler Simpati Telkomsel di Kota Kupang?

1.4 Tujuan dan Kemanfatan Penelitian

1.4.1 Tujuan penelitian

Berdasarkan persoalan penelitian diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan kartu Seluler Simpati Telkomsel di Kota Kupang.
2. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan kartu Seluler Simpati Telkomsel di Kota Kupang**.**
3. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan kartu Seluler Simpati Telkomsel di Kota Kupang.

1.4.2 Kemanfaatan Penelitian

a. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang manajemen pemasaran yang berkaitan dengan perilaku konsumen. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian mengenai pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, serta menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya dalam mengembangkan penelitian sejenis dengan objek, metode, atau variabel yang berbeda.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi pihak Telkomsel di Kota Kupang dalam meningkatkan kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepercayaan pelanggan sebagai upaya memperkuat loyalitas pelanggan serta mendukung penyusunan strategi pemasaran yang lebih efektif. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada pelanggan mengenai pentingnya ketiga aspek tersebut dalam memilih layanan telekomunikasi yang sesuai dengan kebutuhan.