

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang masalah

Pertumbuhan industri layanan telekomunikasi di wilayah Jakarta Selatan yang semakin pesat mencerminkan peningkatan signifikan dalam permintaan akan layanan telekomunikasi di daerah tersebut. Layanan telekomunikasi yang terdapat pada wilayah Jakarta Selatan salah satunya yakni Indihome. Sebagai penyedia jasa layanan telekomunikasi, Indihome berupaya keras untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggannya di tengah persaingan yang ketat diantara penyedia jasa layanan telekomunikasi lainnya.

Indihome sebagai penyedia layanan internet terkemuka, berkomitmen untuk memenuhi berbagai kebutuhan konektivitas pelanggan. dengan menyediakan pilihan paket, kecepatan koneksi, dan layanan tambahan, Indihome berusaha untuk memastikan bahwa setiap pelanggan bisa memperoleh solusi yang tepat terhadap kebutuhannya. dalam mengembangkan strategi pemasaran, perhatian terhadap preferensi pelanggan dan memberikan beragam opsi adalah kunci untuk memastikan kepuasan dan kepercayaan pelanggan terhadap layanan Indihome.

Indihome menghadapi tantangan dalam upaya membangun serta mempertahankan loyalitas pelanggan. Loyalitas ini mencerminkan seberapa sering pelanggan menggunakan layanan, sejauh mana mereka merasakan kepuasan, dan keterikatan emosional terhadap merek. Pesatnya perkembangan di industri layanan internet memunculkan pertanyaan penting tentang bagaimana Indihome dapat memenuhi harapan pelanggan, menjaga keandalan layanan, dan memberikan pengalaman pengguna yang memuaskan. Loyalitas pelanggan ini akan terwujud bila perusahaan secara konstan mampu melampaui ataupun setidaknya memenuhi harapannya pelanggan, dimana ini bisa diwujudkan melalui pemberian produk dengan kualitas yang baik serta layanan yang optimal (Hashem & Ali, 2019). Indihome ialah satu diantara perusahaan yang bergerak dibidang jasa layanan internet di daerah Jakarta Selatan. Melihat dari jumlah pelanggan Indihome witel Jakarta Selatan yang fluktuasi mencerminkan perubahan yang terus-menerus dalam pasar telekomunikasi di wilayah tersebut. Berikut ini tabel jumlah pelanggan Indihome witel Jaksel pada tahun 2019-2022 .

Tabel 1.1
Jumlah Pelanggan Indihome Witel Jakarta Selatan Tahun 2019-2022

No	Tahun	Jumlah Pelanggan
1	2019	84.227
2	2020	83.910
3	2021	83.512
4	2022	83.412

Sumber : Indihome Witel Jakarta Selatan

Berdasarkan tabel 1.1 data jumlah pelanggan Indihome witel Jakarta Selatan pada tahun 2019 hingga 2022, terlihat adanya kecenderungan penurunan yang relatif kecil dari tahun ke tahun. Di tahun 2019, total pelanggan mencapai 84.227, kemudian mengalami sedikit fluktuasi pada tahun 2020 menjadi 83.910. penurunan tersebut berlanjut pada tahun 2021 dengan mencatat 83.512 pelanggan, dan pada tahun 2022 jumlah pelanggan sedikit berkurang lagi menjadi 83.412. Meskipun fluktuasi ini terlihat tidak begitu signifikan, perhatian terhadap faktor-faktor penyebab penurunan perlu diberikan. Faktor – faktor penyebab penurunanan pelanggan disebabkan karena adanya faktor Kualitas Pelayanan, Citra Merek dan Variasi Produk.

Dewanti dan Tjandra (2014) mengutarakan, kualitas pelayanan yakni sebuah keadaan bersifat dinamis yang berkaitan terhadap produk, manusia, jasa, lingkungan, serta proses untuk melebihi ataupun memenuhi harapannya konsumen. Kualitas pelayanan yakni sebuah keharusan yang perlu perusahaan lakukan sehingga mampu mempertahankan dirinya dengan kepercayaan dari konsumen. Kualitas ini akan dinilai oleh para konsumen yang mempergunakan jasa layanan itu, yakni melalui memadankan pelayanan yang diterimanya terhadap apa yang sebetulnya mereka inginkan.

Mempertahankan Loyalitas Pelanggan juga dapat dilakukan dengan meningkatkan citra merek perusahaan. Kotler dan Armstrong (2014) mengutarakan, citra merek yakni kumpulan keyakinan akan sebuah merek. Citra mempunyai sebuah peranan khusus di benak seorang konsumen, sebab konsumen secara umum menganggap merek selaku bagian krusial dalam sebuah produk. Kemudian selaku respons sebuah kepuasan, seorang konsumen akan memberikan reaksi untuk sebuah produk yang sebelumnya pernah ia pergunakan, yang mana atribut tersebut akan memberi pengaruh terhadap kesetiaan konsumen untuk jasa

atau produk yang digunakan oleh konsumen, seperti dari kualitas layanan ataupun variasi produk.

Variasi produk dari Indihome mencakup berbagai layanan yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi pelanggan dengan lebih baik. variasi produk termasuk sebagai unsur yang sangat diperlukan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan. Variasi produk yakni sebuah kumpulan secara menyeluruh dari barang dan produk yang pedagang berikan dalam harga yang rendah (Masrokhah dan Suciningtyas, 2019).

Berdasarkan pemaparan diatas, peneliti memperoleh ketertarikan guna menyelenggarakan sebuah penelitian melalui judul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek dan Variasi Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome witel Jakarta Selatan”**.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang sebelumnya disampaikan, maka masalah yang ada bisa dirumuskan dengan:

1. Apakah kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Indihome witel Jakarta Selatan?
2. Apakah citra merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Indihome witel Jakarta Selatan?
3. Apakah variasi produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Indihome witel Jakarta Selatan?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah diatas, maka bisa dijabarkan bahwasanya tujuan serta kegunaan dari penelitian ini yakni:

1. Tujuan Penelitian
 - a. Untuk menganalisis pengaruh dari Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome witel Jaksel.
 - b. Untuk menganalisis pengaruh dari Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome witel Jaksel.
 - c. Untuk menganalisis pengaruh dari Variasi Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome witel Jaksel.

2. Kegunaan Penelitian

- a. Untuk akademisi, penelitian ini mampu menyajikan sumbangan ilmiah terhadap pemahaman akan beragam faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen dalam hal layanan Indihome di witel Jakarta Selatan.
- b. Untuk perusahaan, dengan adanya penelitian ini maka mampu menganalisis kualitas pelayanan, citra merek, serta variasi produk, kemudian menyajikan pandangan yang jelas tentang area dimana perusahaan dapat memperbaiki dan memperkuat hubungan dengan pelanggan.

