

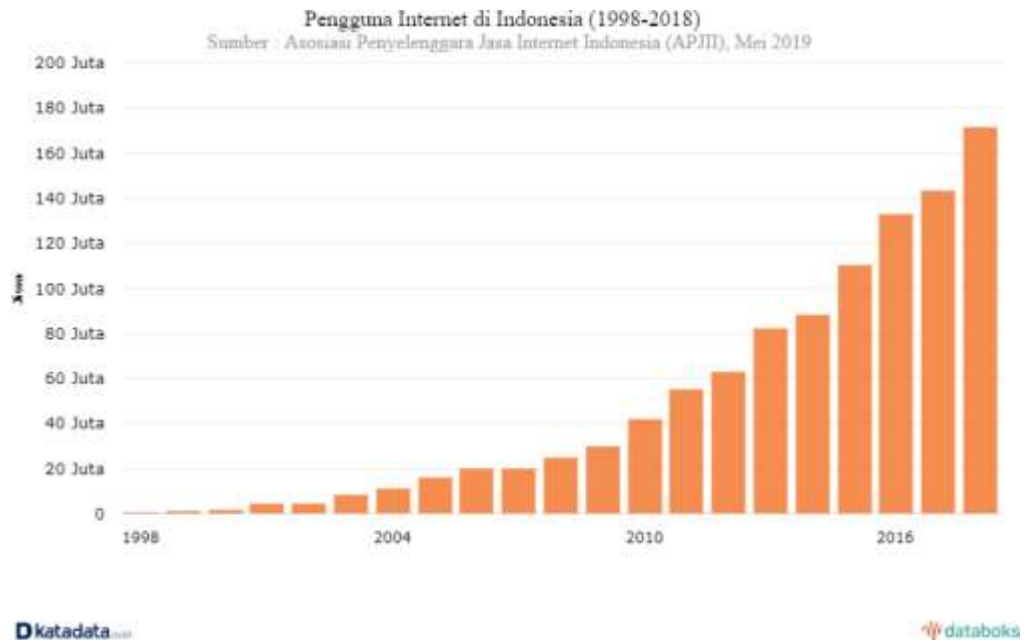
BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi saat ini, kebutuhan internet sangat di butuhkan oleh hampir semua masyarakat. Di mana internet ini sangat di butuhkan oleh banyak masyarakat mulai dari untuk bekerja, belajar, maupun untuk bersosialisasi dengan orang yang belum kita kenal sebelumnya. Internet juga bisa membuat semua orang melakukan banyak hal lebih mudah dan juga belajar hal baru lebih cepat. Banyak juga orang yang memasang *Provider* internet di rumah untuk di gunakan oleh semua orang yang ada di rumah. Dengan adanya internet juga dapat membantu semua orang untuk mendapatkan informasi terbaru maupun yang lagi marak dibicarakan atau viral pada Negara sendiri maupun Negara lainnya yang sedang dalam musibah ataupun sedang dalam perayaan tahun baru atau festival yang sedang ramai di bicarakan.

Pengguna internet di Indonesia bisa di bilang banyak, dapat di lihat pada (bangkapos.com, 2019) Indonesia menempati urutan kelima dunia dalam pengguna internet terbanyak di dunia di mana pegguna yang menggunakan internet di Indonesia mencapai 143,26 juta orang yang menggunakan internet data dari maret 2017. Data tersebut di terima dari lembaga riset pasar e-marketer yang di hitung dari satu orang yang setidaknya menggunakan atau mengakses internet sekali dalam satu bulan. Walaupun Indonesia menempati urutan kelima dunia dalam pengguna internet terbanyak tetapi hal tersebut berbanding terbalik dengan kecepatan internet yang ada di Indonesia yang tidak begitu cepat apabila dibandingkan dengan empat Negara yang menjadi pengguna internet terbanyak di dunia yaitu Brazil, Amerika Serikat, India, dan China. Dan bahkan dalam tingkat Asia Tenggara saja kecepatan internet Indonesia menjadi yang paling rendah bila dibandingkn dengan Negara ASEAN lainnya.



Gambar 1.1 Data Pengguna Internet di Indonesia

Sumber: databoks.katadata.co.id, (2018)

Berdasarkan data dari databoks.katadata.co.id, pertumbuhan jumlah pengguna internet yang ada di Indonesia selalu meningkat mulai dari tahun 2007 hingga 2018. Dari sebelas tahun tersebut pertumbuhan pengguna internet di Indonesia lumayan banyak di mana pada tahun 2007 hanya 20 juta pengguna yang sekarang pada tahun 2018 bisa mencapai 170 juta pengguna, yang dapat di artikan bahwa rata – rata setiap satu tahun kenaikan jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 13,63% tiap tahunnya.

Sekarang banyak perusahaan *Provider* internet rumah memberikan tawaran dan juga kualitas yang berbeda – beda. Untuk saat ini sudah ada tujuh perusahaan *provider* yang ada di Surabaya yaitu First Media, Biznet Home Internet, Indihome, Indosat Ooredoo (GIG), MNC Play Media, MyRepublic, dan Oxgyen.id Home. Dari sekian banyak operator yang ada mereka juga memberikan harga, layanan, dan kualitas yang berbeda – beda, yaitu sebagai berikut :

Tabel 1.1
Data Perbandingan Antar *Provider* di Surabaya

<i>Provider</i>	Harga	Kecepatan
First Media	Rp. 182.600	3 Mbps
Biznet Home Internet	Rp. 450.000	75 Mbps
Indihome	Rp. 280.000	10 Mbps
Indosat Ooredoo (GIG)	Rp. 280.000	20 Mbps
MNC Play Media	Rp. 290.500	10 Mbps
MyRepublic	Rp. 329.000	30 Mbps
Oxygen.id Home	Rp. 273.900	25 Mbps

Sumber: <http://daftarfirstmediasurabaya.com/> (2020)

Dari tabel di atas bisa dilihat bahwa setiap perusahaan *Provider* ini memiliki harga dan juga bonus yang berbeda – beda, seperti yang dilakukan oleh First Media walaupun mereka memasang harga yang bisa dibilang cukup mahal bila dibandingkan dengan *Provider* lainnya lalu juga biaya tambahan yang harus dikeluarkan pada saat berlangganan First Media juga bisa dibilang banyak (sewa per bulan). Walaupun begitu First Media yang memberikan bonus berupa TV kabel dan juga *Video on Demand* yang di mana *Channel* TV kabel yang diberikan oleh First Media adalah yang terbanyak apabila dibandingkan dengan *Channel* TV kabel yang diberikan oleh *Provider* lainnya yaitu sebanyak 167 *Channel* TV (aturduit.com, 2019).

Kebanyakan orang saat ini menggunakan internet di rumahnya, tempat kerja, dan restoran atau kafe juga sudah banyak yang menggunakan *Provider*

internet rumah. Dengan adanya internet tersebut dapat membuat untuk yang tempat bekerja agar karyawan lebih mudah dalam mengakses keperluan yang di perlukan lebih cepat dan juga mendapatkan informasi yang lebih lengkap. Untuk di rumah internet juga membantu kita untuk membantu anak belajar di mana banyak sekali materi ataupun cara pembelajaran yang ada di internet.

Jasa layanan internet First Media ini sudah berdiri mulai dari 16 januari 1994 di mana produk awal dari perusahaan ini adalah kabelvision, Digital11 dan Mynet. Pada tahun 2007 mulai lah First Media ini memulai konsep barunya yaitu "Triple Play" yang terdiri dari HomeCable, FastNet dan Datacomm. Dengan sudah lamanya mereka berdiri dan juga menjadi perusahaan pertama di Indonesia yang membuat *Provider* internet rumah dan juga TV kabel, dengan begitu mereka dengan mudah dapat memunculkan *Brand Image* kepada masyarakat untuk menggunakan First Media menjadi *provider* internet yang di gunakan. Di mana menurut Kotler "Citra Merek adalah seperangkat keyakinan, ide, dan kesan, yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu objek." Dengan begitu bisa di katakan bahwa bila seseorang yang memiliki keyakinan dan kesan yang baik terhadap suatu objek tertentu maka itu akan memunculkan citra merek pada individu tersebut. Hal tersebut juga bisa terjadi pada First Media di mana agar pelanggannya dapat selalu memberikan citra merek yang baik kepada keluarga ataupun temannya.

Tabel 1.2

Data Pendapatan First Media

Keterangan (dalam jutaan Rupiah)	2015	2016	2017	2018
pendapatan	Rp. 1,062,980	Rp. 1,308,250	Rp. 982,463	Rp. 901,216

Sumber: <http://www.firstmedia.co.id/investor-relations/financial-statements> (2020)

Dilihat dari pendapatan yang dimiliki oleh First Media, puncak tertinggi dengan pelanggan terbanyak terjadi pada tahun 2016. Menurunnya pelanggan dari First Media ini bisa disebabkan oleh banyak hal, dua di antara beberapa hal

tersebut adalah minimnya loyalitas pelanggan dari para pelanggan First Media, atau memang strategi pemasaran dari First Media ini kurang baik bila dibandingkan dengan *Provider* lainnya. Tetapi bisa juga datang dari hal non-teknis lain seperti wilayah dari pelanggan tersebut memang kurang bagus apabila dipasangkan *Provider* First Media. Walaupun begitu penurunan pendapatan dari First Media masih belum konsisten di mana pada tahun 2016 ke 2017 mengalami penurunan sebesar 24,90%, dan tahun 2017 ke 2018 mengalami penurunan sebesar 8,27%.

Banyak dari masyarakat yang menggunakan jasa layanan internet, yaitu dengan menggunakan *provider First Media*. Dengan banyaknya masyarakat yang menggunakan First Media akan memunculkan *Brand Image* bagi masyarakat lain yang belum ataupun baru mengenal First Media untuk menjadikan First Media sebagai *provider* internet yang di gunakan. Di mana menurut Kotler (2008) “Citra Merek adalah seperangkat keyakinan, ide, dan kesan, yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu objek.” Dengan begitu bisa di katakan bahwa bila seseorang yang memiliki keyakinan dan kesan yang baik terhadap suatu objek tertentu maka itu akan memunculkan citra merek pada individu tersebut. Hal tersebut juga bisa terjadi pada *First Media* di mana agar pelanggannya dapat selalu memberikan citra merek yang baik kepada keluarga ataupun temannya.

Dengan memiliki citra merek yang bagus pada mata pelanggan maka hal tersebut juga dapat membuat pelanggan memiliki pemikiran bahwa kualitas produk dari First Media lebih unggul daripada pesaing – pesaing yang ada. Menurut Kotler dan Arsmtrong (2014) “kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk.” Dengan adanya kualitas yang bagus dapat membuat para pelanggan dari First Media ini dapat menarik perhatian pelanggan dan juga dapat menimbulkan sebuah kepercayaan pelanggan maupun loyalitas pelanggan.

Dengan perusahaan yang sudah memiliki citra merek dan juga kualitas produk yang bagus maka hal tersebut dapat membuat pelanggannya memiliki rasa percaya dari pelanggan atau kepercayaan pelanggan. Karena menurut Moorman, et al. (1993) mengungkapkan *Customer Trust* didefinisikan sebagai kesediaan seseorang untuk mengandalkan mitra yang dipercayai. Di mana mitra yang di percayai tersebut apabila memiliki citra merek yang begitu kuat dan juga produknya sudah di kenal bagus oleh banyak orang maka hal tersebut juga bisa menambahkan tingkat kepercayaan pelanggan terhadap First Media. Selain itu kepercayaan pelanggan ini juga dapat memikat para pelanggannya untuk lebih setia dalam menggunakan First Media karena mereka sudah percaya bahwa produk dari First Media ini sudah cukup bagus dan setidaknya sesuai dengan kebutuhan.

Setelah pelanggan sudah memiliki kepercayaan dari produk yang dimiliki oleh First Media maka pelanggan tersebut bisa loyal terhadap First Media. Menurut Gremler dan Brown (dalam Ali Hasan, 2008:83) bahwa loyalitas pelanggan adalah “pelanggan yang tidak hanya membeli ulang suatu barang dan jasa, tetapi juga mempunyai komitmen dan sikap yang positif terhadap perusahaan jasa, misalnya dengan merekomendasikan orang lain untuk membeli.” Di sini bisa di artikan bahwa apabila pelanggan dari First Media ini melakukan perpanjangan internetnya dengan tidak menggunakan *provider* lain maka pelanggan tersebut bisa di katakan loyal terhadap First Media. Pelanggan tersebut juga bisa disebut loyal karena pelanggan tersebut memberikan rekomendasi kepada keluarga atau kerabat agar menggunakan First Media sebagai akses internet di rumah.

Cara First Media untuk memikat pelanggannya untuk loyal adalah dengan membuat pelanggan tersebut memiliki kepercayaan pelanggan yang tinggi, lalu dengan memberikan kualitas produk yang sesuai keinginan pelanggan, dan juga memiliki citra merek yang sudah bagus di mata pelanggan ataupun pada masyarakat. First Media bisa mendapatkan loyalitas pelanggannya dari citra merek di mana apabila pelanggan tersebut sudah memiliki citra merek yang bagus pada First Media maka itu tidak memungkinkan bahwa pelanggan tersebut akan

loyal terhadap First Media. Lalu dengan memiliki kualitas produk yang bagus dan sesuai dengan keinginan pelanggan maka pelanggan juga akan susah untuk pindah pada produk pesaing melainkan akan loyal terhadap produk dari First Media. Sedangkan dengan kepercayaan pelanggan First Media bisa membuat pelanggan benar – benar yakin apabila produk, layanan, dan semua fasilitas yang dimiliki oleh First Media ini sangat bagus dan membuat pelanggan tersebut loyal terhadap First Media daripada *Provider* lainnya.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang tersebut, maka perumusan masalah dapat di susun sebagai berikut :

1. Apakah *Product Quality* berpengaruh terhadap *Customer Trust* pada pengguna First Media?
2. Apakah *Brand Image* berpengaruh terhadap *Customer Trust* pada pengguna First Media?
3. Apakah *Product Quality* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Trust* pada pengguna First Media?
4. Apakah *Brand Image* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Trust* pada pengguna First Media?
5. Apakah *Customer Trust* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* pada pengguna First Media?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian dari permasalahan di atas, maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui :

1. Pengaruh *Product Quality* terhadap *Customer Trust* pada pengguna First Media.
2. Pengaruh *Brand Image* terhadap *Customer Trust* pada pengguna First Media.

3. Pengaruh *Product Quality* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Trust* pada pengguna First Media.
4. Pengaruh *Brand Image* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Trust* pada pengguna First Media.
5. Pengaruh *Customer Trust* terhadap *Customer Loyalty* pada pengguna First Media.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini dari segi akademis maupun praktis adalah :

1. Manfaat Akademis

Hasil dari penelitian ini di harapkan untuk bisa membantu mahasiswa lain yang sedang menjalankan skripsi yang akan datang ataupun juga membantu Universitas dalam menambah jurnal pada perpustakaan Universitas. Mungkin juga bisa penelitian ini bisa di jadikan contoh dalam sebuah pembelajaran di kelas.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini di harapkan untuk bisa membantu pihak perusahaan agar mereka mengetahui beberapa kekurangan ataupun strategi yang di jalankan mana yang harus di pertahankan dalam proses pemasaran produknya. Selain itu penelitian ini juga bisa menjadi referensi dari para konsumen yang belum mencoba menggunakan produk First Media agar mengetahui kualitas produk , citra merek dari First Media.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini dapat disusun sebagai berikut:

BAB 1: PENDAHULUAN

Bab ini dapat memberikan penjelasan tentang latar belakang masalah, Perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika skripsi.

BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang penelitian terdahulu; landasan teori mengenai: *Product Quality, Brand Image, Customer Trust, dan Customer Loyalty*; hubungan antar variable; model penelitian, dan hipotesis penelitian.

BAB 3: METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan secara singkat mengenai desain penelitian, identifikasi variable, definisi operasional, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, populasi, sampel dan tektik penyampelan, analisis data.

BAB 4: ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan mengenai deskripsi data penelitian, analisa data penelitian, dan pembahasan.

BAB 5: SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

Bab ini terdiri dari simpulan yang diperoleh dari penelitian dan saran yang diharapkan dapat memberikan masukan yang bermanfaat khususnya bagi para konsumen dan perusahaan.