

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada masa teknologi berkembang dengan pesat, sejak didapati yang namanya internet/wifi, yang berfungsi untuk menghubungkan semua jaringan komunikasi dunia dalam waktu singkat dengan bantuan komputer. Saat ini internet tidak hanya dioperasikan pada komputer tetapi juga bisa dioperasikan diponsel, hal ini dapat mempermudah pengguna mengakses internet dan dapat mempermudah untuk mendapatkan informasi yang diinginkan, terutama dalam lingkungan rumah tangga, perusahaan dan Pendidikan. Teknologi yang berkembang disaat ini dapat memberikan manfaat bagi kehidupan makhluk sosial, dalam kegiatan sehari-hari maupun dalam pekerjaan.

Pada awalnya manfaat internet dimasyarakat umum hanya menggunakan teknologi informasi menggunakan internet sebagai alat komunikasinya. Hanya masalah waktu sampai pengguna menjadi lebih mahir dalam memanfaatkan teknologi dunia ini tanpa mengeluarkan banyak uang. Internet telah mempengaruhi setiap aspek kehidupan manusia (Rusito et al., 2021, p. 29).

Telekomunikasi memegang peranan penting dan strategis dalam kehidupan masyarakat, manusia dapat mengambil informasi dari lokasi yang jauh dalam Waktu yang relatif singkat dengan menggunakan teknologi komunikasi. Dengan pesatnya kemajuan teknologi dan pentingnya menerima informasi, banyak orang yang ingin menggunakan internet sebagai sarana alternatif dalam mengakses informasi dan berkomunikasi. Mengingat perubahan pola hidup masyarakat saat

ini yang memerlukan informasi yang mudah, cepat, dan mudah diakses, hal ini merupakan peluang berharga bagi penyedia jasa telekomunikasi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Perusahaan dapat memanfaatkan pasar modal untuk menggalang dana bagi operasional bisnis (Rosalina Tanjung & Rahman, 2023, p. 28).

Internet saat ini sudah menjadi hal yang sangat penting bagi suatu negara, khususnya bagi negara berkembang seperti Indonesia. Sejalan dengan semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat dan masyarakat akan internet, banyak perusahaan telekomunikasi khususnya di Indonesia yang harus memberikan produk dan layanan terbaiknya. Pertumbuhan pengguna internet dan kebutuhan informasi dan telekomunikasi menjadi alasan mengapa perusahaan telekomunikasi mulai fokus pada *Internet Service Provider* (ISP atau penyelenggara jasa internet) (Kesuma et al., 2021, p. 283). Seiringnya perkembangan internet didunia dan masyarakat, semakin banyak perusahaan yang bergerak dibidang TIK (Telnologi, Informasi dan Komunikasi) dan tertarik untuk membuka usaha tersebut dan mengharapkan keuntungan yang besar.

Pengaruh perkembangan internet dimasyarakat, banyak perusahaan yang bergerak dibidang teknologi informasi dan komunikasi selain itu banyak *entrepreneur* yang tertarik dengan bisnis ini dan ingin mendapatkan keuntungan besar, banyak penawaran yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen agar konsumen tertarik. Salah satu perusahaan yang mengikuti perkembangan teknologi yaitu PT Skynet Indonesia di Batam. Dimana PT ini mulai berkembang pada tahun 2020 dan nama PT ini menggambarkan makna yang

sangat luas “Jaringan seluas langit”. Skynet menyediakan layanan berbasis rumahan dengan mencakup skala kecil serta menyediakan layanan mitra, walaupun PT ini masih terbilang muda tetapi pemilik PT ini membuat tekad untuk menjadikan skynet menjadi sebagai ISP yang menjangkau seluruh Indonesia, untuk menggapai tersebut skynet membuat inovasi dengan memberikan pelayanan dengan kualitas, membangun infrastruktur jaringan disudut-sudut, memberikan layanan internet dengan harga yang terjangkau oleh semua kalangan selain itu skynet berusaha membangun kepercayaan dan kepuasan pelanggan skynet, dengan membangun nilai pelanggan, kepercayaan dan kepuasan terhadap pelanggan, pelanggan tersebut dengan sukarela memberikan testimoni secara tidak langsung kepada teman, keluarga, lainnya untuk berlangganan pada PT Skynet Indonesia di Batam.

Memberikan layanan dan pelayanan berkualitas tinggi sesuai dengan efisiensi pelanggan, agar pelanggan merasa puas, hampir semua aktivitas yang dilakukan dalam kehidupan nyata juga dilakukan di dunia maya, ketika internet sudah seperti dunia lain bagi manusia sekarang, dari berkencan hingga berbisnis hingga mendapatkan penghasilan tambahan. PT Skynet Indonesia di Batam menawarkan layanan internet bulanan seperti paket unlimited bulanan. Dengan kabel fiber optik agar jaringan tidak mudah terputus saat digunakan. Koneksinya lebih cepat dari provider lain dan ada beberapa pilihan internet yang cukup terjangkau dengan meningkatkan nilai pelanggan. Karena kelebihan tersebut menyebabkan banyak konsumen yang menggunakan pelayanan dari PT Skynet Indonesia di Batam dan merasa puas, meski penjualan meningkat, namun tidak

konsisten dan target tidak tercapai.

Situasi ideal akan muncul jika perusahaan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya, sehingga memungkinkan untuk mengembangkan strategi yang tepat. Pelaku bisnis harus memahami cara mengembangkan loyalitas pelanggan. Dari data yang diperoleh dari PT Skynet Indonesia di Batam bisa melihat bagaimana pertumbuhan pelanggan dari tahun 2020-2024 sebagai berikut:

Tabel 1.1 Pertumbuhan pelanggan Tahun 2020-2024



Sumber: <https://www.skynetwork.id/>

Data pertumbuhan jumlah pelanggan PT SKYNET INDONESIA DI BATAM tepatnya di Sagulung Kav sei Lekop Periode 2020-2024 diawali tahun 2020. Pengguna PT Skynet berjumlah 1000 pada tahun 2021 hingga pada tahun 2022 jumlah pengguna terus meningkat menjadi 1500 dan pada tahun 2023 menurun menjadi 1300. Dan ditahun 2024 menurun lagi menjadi 1125 diseluruh kota batam. Berdasarkan data, terjadi ketidak stabilan jumlah pengguna PT Skynet dari tahun ke tahun. Peningkatan dan penurunan jumlah pelanggan ini kemungkinan besar disebabkan karena kurangnya nilai yang dirasakan serta kepuasan yang diberikan tidak maksimal dan tidak mampu memenuhi permintaan

pelanggan. PT Skynet ini sudah termasuk dalam anggota APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Inonesia), anggota APJII dikota Batam berjumlah 26 perusahaan ISP, jika dibandingkan dengan perusahaan Salah satu anggota APJII seperti Indihome yang pelanggannya sekitar 8,5 juta pelanggan pada tahun 2024. PT Skynet Indonesia di Batam masih bisa dibilang muda dan jumlah pelanggannya masih cukup kecil. Beberapa permasalahan yang dilaporkan pelanggan antara lain koneksi internet yang tidak stabil, internet lambat, Keluhan-keluhan tersebut menunjukkan kurangnya nilai yang dirasakan dan kepuasan di kalangan pengguna PT Skynet Indonesia di Batam. Berdasarkan hasil penyelidikan, kemungkinan terdapat masalah pada loyalitas pelanggan. yang masih berada dibawah pesaingnya, sehingga perusahaan perlu melakukan strategi untuk mengalahkan pesaingnya dalam hal kualitas produk, nilai, kepuasan pelanggan, pelayanan, kepercayaan konsumen, dan lain-lain (Koesworodjati & Syahidah Budiarti, 2023, p. 1275).

Agar sebuah bisnis berhasil di pasar, ia harus mampu mengembangkan dan memperkuat loyalitas pelanggan. Pelanggan yang loyal terhadap suatu perusahaan mempunyai pertimbangan penting dalam bisnisnya. Bisnis harus mampu mengakomodasi pelanggan untuk memenangkan loyalitas mereka. Ketika pelanggan telah menjadi pelanggan setia karena merasa kebutuhannya telah terpenuhi, kecil kemungkinannya mereka akan beralih ke bisnis pesaing (Desri et al., 2024, p. 344).

Salah satu faktor terpenting dalam proses pemasaran adalah nilai pelanggan. Memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan harus dianggap

sebagai faktor paling penting untuk dipertimbangkan. Dengan mengamati feedback konsumen, berharap ada permintaan mengenai barang atau jasa yang disediakan dan bisa memenuhi kebutuhan pelanggan. Ada banyak bisnis yang bekerja keras untuk memberikan harga barang atau jasa yang wajar. Hal ini penting karena membuat produk atau jasa menjadi lebih bernilai di mata pelanggan, yang akan membeli barang yang memberikan harga lebih tinggi (Sebayang & Situmorang, 2019a, p. 221). Nilai dapat diartikan sebagai indikator penting dari beberapa kondisi masa depan yang diinginkan untuk mengatasi situasi tertentu dan meningkatkan pengambilan keputusan. Perusahaan harus terus meningkatkan nilai yang diterima pelanggan dengan memastikan kepuasan konsumen yang optimal dan meningkatkan daya saing perusahaan. Fokus utama adalah menyediakan kualitas tertinggi kepada pelanggan serta terus berupaya untuk meningkatkan standar tersebut secara berkelanjutan.

Nilai pelanggan mempunyai hubungan yang kuat terhadap loyalitas pelanggan. Nilai pelanggan yang meningkat akan menghasilkan nilai pelanggan yang lebih tinggi. Nilai pelanggan yang superior akan meningkatkan pangsa pasar, sehingga akan menghasilkan respon positif berupa bertambahnya jumlah pelanggan yang menggunakan dan berinteraksi dengan produk tersebut, sebab “Nilai” yang diterima pelanggan lebih besar dibandingkan dengan “Nilai” yang diterima pelanggan (Indrawan et al., 2021, p. 96).

Kepuasan pelanggan sebuah sikap yang ditunjukkan pelanggan pada barang atau jasa yang mereka peroleh dan manfaatkan. Ini merupakan pengalaman menggunakan atau mengonsumsi barang atau jasa tersebut pasca pembelian,

pelanggan akan menyalakan kinerja produk sesuai dengan apa yang diharapkan atau tidak, mereka akan mengalami emosi positif, negatif atau netral, tanggapan emosional ini bertindak sebagai masukan atau masukan dalam persepsi kepuasan atau ketidakpuasan. Ketika pelanggan merasa puas, mereka cenderung tidak mencari alternatif atau tergoda untuk beralih menggunakan layanan dari tempat lain (Supertini et al., 2020, p. 65).

Kepuasan pelanggan adalah salah satu komponen penting, khususnya untuk bisnis yang berorientasi pada layanan. Karena kemampuan penyedia jasa dalam berhasil memberikan pelayanan kepada pelanggan diukur dari tingkat kepuasan pelanggannya. Perusahaan harus memberikan kualitas layanan sebaik mungkin sesuai dengan harapan klien jika ingin mencapai kebahagiaan pelanggan. Pelanggan yang senang dengan suatu perusahaan akan menggunakannya kembali dan akan berkontribusi terhadap keberadaannya (Vaniara & Pramono, 2022, p. 3).

kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang timbul karena membandingkan kinerja produk (atau hasil) yang dirasakan dengan harapannya (Juwaini et al., 2022, p. 478) Ketidakpuasan pelanggan disebabkan kurangnya loyalitas. Selain kepuasan, kepercayaan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Menciptakan kepercayaan bagi konsumen adalah hal yang penting, dan salah satu faktor menjadi pelanggan setia adalah kepercayaan konsumen terhadap suatu perusahaan, kepuasan pelanggan terpenuhi Ketika harapan pelanggan terhadap suatu produk. Kepuasan konsumen merupakan hal penting yang mempunyai dampak manfaat tertentu untuk mempertahankan produk di pasar serta memperoleh pangsa pasar yang lebih luas sehingga

perusahaan dapat meningkatkan keuntungannya (Thamrin et al., 2020, p. 171).

(Thamrin et al., 2020, p. 171) Pelanggan yang memiliki kepercayaan terhadap merek cenderung merasa dekat secara psikologis dengan merek, yang membantu merek mengembang loyalitas. Loyalitas pelanggan memainkan peran penting dalam setiap bisnis. Untuk mendapatkan loyalitas pelanggan, bisnis harus mampu memuaskan mereka. Jika seorang pelanggan menjadi loyal karena kebutuhannya terpenuhi, besar kemungkinannya dia tidak akan beralih ke perusahaan lain. Artinya, jika tujuan perusahaan adalah meningkatkan kepuasan pelanggan, maka loyalitas pelanggan akan meningkat, sebaliknya jika tujuan perusahaan adalah menurunkan kepuasan pelanggan, maka loyalitas pelanggan dengan sendirinya akan menurun. Dalam hal ini, loyalitas pelanggan menjadi penyebabnya. Selain kepuasan, kepercayaan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan.

PT Skynet Indonesia di Batam berjanji kepada calon konsumen akan menjamin kecepatan koneksi internet di bandingkan dengan *provider* lain. Tetapi masih saja ada kosumen yang merasa kecewa karena koneksi internet (pelanggan PT Skynet Indonesia di Batam) Sebagian besar narasumber menyatakan bahwa mereka mengeluhkan karena respon dari perusahaan lambat dan permintaan pelanggan mengenai proses instalasi maupun perbaikan teknis membutuhkan waktu yang cukup lama untuk akhirnya di *Follow-Up* oleh pihak skynet. Jumlah pelanggan yang telah menjadi pelanggan tetap lumayan banyak bukan berarti Skynet tidak pernah mendapatkan komplain dari costumer. Berdasarkan observasi yang dilakukan langsung pada pelanggan PT Skynet di Batam

Indonesia di Batam. Skynet sekarang berusaha menarik perhatian konsumen dengan cara memberikan promo yang fantastis serta menyakinkan pelanggan bahwa skynet mampu memberikan kualitas terbaik, terpercaya, dan dapat menciptakan kepuasan pelanggan namun calon pelanggan masih kurang yakin dengan pernyataan tersebut. Dengan demikian penulis tertarik dengan melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH NILAI PELANGGAN, KEPUASAN PELANGGAN, DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT SKYNET INDONESIA DI BATAM”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Sesuai dengan latar belakang masalah diatas adapun masalah yang diidentifikasi oleh penulis ialah:

1. Tingkat kepercayaan konsumen yang kurang kuat.
2. Kesulitan dalam menyakinkan konsumen bahwa produk atau jasa perusahaan berkualitas.
3. Kurangnya kepuasan pelanggan.
4. Loyalitas pelanggan yang kurang stabil.

1.3. Batasan Masalah

Agar peneliti bisa lebih fokus dalam penelitian, penelitian ini hanya dibatasi pada tiga ketetapan, yaitu :

1. Variable independen dalam penelitian ini yaitu nilai pelanggan, kepuasan pelanggan, dan kepercayaan merek

2. Variable dependen dalam penelitian ini yaitu loyalitas pelanggan
3. Responden dalam penelitian ini yaitu pelanggan yang menjadi pelanggan tetap dan loyal terhadap PT Skynet Indonesia di Batam.

1.4. Rumusan Masalah

1. Apakah Nilai Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan PT Skynet Indonesia di Batam?
2. Apakah Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan PT Skynet Indonesia di Batam ?
3. Apakah Kepercayaan Merek berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan PT Skynet Indonesia di Batam?
4. Apakah Nilai Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Merek, berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan PT Skynet Indonesia di Batam?

1.5. Tujuan Masalah

1. Untuk mengetahui Nilai pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan PT Skynet Indonesia di Batam.
2. Untuk mengetahui Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan PT Skynet Indonesia di Batam.
3. Untuk mengetahui Kepercayaan Merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan PT Skynet Indonesia di Batam.
4. Untuk mengetahui Nilai Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan PT Skynet Indonesia di

Batam.

1.6. Manfaat penelitian

1.6.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dilakukan berharap bisa memberikan manfaat ilmu pengetahuan khususnya dibidang ilmu marketing yang berkaitan dengan promosi, kepercayaan merek, citra merek dan loyalitas pelanggan. penelitian ini akan bermanfaat bagi peneliti, pembaca, dan peneliti dimasa yang akan datang.

1.6.2. Manfaat praktis

1. Bagi peneliti

Untuk memenuhi syarat tugas akhir, untuk dipelajari dan menambah wawasan dibidang pemasaran dan untuk mengetahui apakah nilai pelanggan, kepuasan pelanggan dan kepercayaan merek dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan.

2. Bagi universitas

Penelitian ini diharapkan bisa menambah referensi yang bermanfaat bagi perpustakaan universitas putera batam

3. Bagi peneliti yang akan datang

Dapat mengembangkan variable yang telah ada dan dapat menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya