

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Merek GSM dan UMTS dengan nama “Telkomsel”, merupakan salah satu perusahaan operator seluler telepon di Indonesia. Telkomsel atau Telekomunikasi Seluler merupakan merek dari Telkom Indonesia.¹ Di mana Telkomsel termasuk dalam Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dalam bidang jaringan telekomunikasi.²

Kebumen masuk sebagai wilayah termiskin di Jawa Tengah. Hal tersebut sesuai dengan data kemiskinan Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Jawa Tengah tahun 2020-2022.³ Kebumen dengan predikat kemiskinan tersebut sangat berkaitan dengan aktivitas ekonominya. Termasuk pada tingkat penggunaan dalam jaringan telekomunikasi pada Telkomsel. Seberapa besar penggunaan Telkomsel di Kabupaten Kebumen.

Kebumen dengan wilayahnya yang berupa pegunungan, pantai, dan dataran rendah perlu adanya jaringan internet yang merata. Telkomsel di Kebumen hadir salah satunya dengan layanan kartu 4G untuk mendukung

¹ Kustin Ayu Wuragil D. <https://www.merdeka.com/pt-telekomunikasi-selular/profil> diakses pada 25 Januari 2023 pukul 20.12.

² PT. Telkom Indonesia (Persero) Tbk (2020). https://www.telkom.co.id/sites/about-telkom/id_ID/page/profil-dan-riwayat-singkat-22 diakses pada 26 Januari 2023 pukul 09.18.

³ Wahyu Kurniawan (2023). <https://www.tvonenews.com/daerah/jateng/92715-kebumen-masih-bertahan-sebagai-kabupaten-termiskin-di-jawa-tengah?page=all> diakses pada 26 Januari 2023 pukul 09.43.

percepatan gaya hidup digital untuk mengakses internet secara cepat untuk menunjang beragam aktivitas.⁴

Telkomsel sebagai salah satu merek operator yang sama-sama memperebutkan hati pelanggan dengan produk dan layanannya. Oleh karena itu penting dilakukan penelitian mengenai *brand image* terhadap kartu Telkomsel karena *brand image* menjadi hal yang penting dalam memperebutkan pasar. *Brand image* yang bernilai tinggi akan mempengaruhi penggunaan ulang produk sehingga tercipta pengguna yang loyal.

Manajemen *brand image* sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam membuat keputusan penggunaan. Citra atau kesan terhadap merek setiap pelanggan pasti berbeda. Adanya *brand image* tersebut akan mempengaruhi penjualan berdasarkan merek suatu produk. Bagi pengguna kartu Telkomsel, baik pengguna baru maupun lama tentu sudah merasakan manfaat dan kepuasan tersendiri. Kartu Telkomsel memiliki citra yang baik atau tidak berdasarkan kesan dari penggunanya, itulah peran *brand image* sebagai sebuah pandangan pengguna dalam menggunakan produk.

Selain *brand image*, yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah harga. Harga dapat mempengaruhi keputusan penggunaan layanan dan produk. Penentuan tarif harga yang menarik menjadi hal yang *urgent* bagi perusahaan untuk memperebutkan loyalitas pelanggan. Tarif harga juga harus

⁴ Bilaludin (2021). *Telkomsel Ajak Pelanggan Migrasi ke 4G*. <https://seboro.kecsadang.kebumenkab.go.id/index.php/web/artikel/4/512> diakses pada 20 Januari 2023 pukul 23.01

diimbangi dengan peningkatan kualitas layanan.⁵ Seperti halnya pada Telkomsel, pelanggan puas dengan fasilitas yang ditawarkan Telkomsel berupa jaringan, pelayanan pengaduan, harga dan produk yang dikenal masyarakat.⁶

Harga dapat menunjukkan *value* atas produk dan layanan yang ditawarkan kepada konsumen, tidak hanya itu harga juga menunjukkan kualitas dari barang atau jasa. Tanggapan konsumen mengenai harga sangat berkaitan erat dengan kualitas, bagi konsumen harga yang tinggi maka kualitasnya tinggi, tetapi banyak juga yang menganggap dan keinginan harga terendah dengan kualitas baik.

Harga umumnya menjadi hal yang sensitif bagi dunia *marketing*. Maka penting dilakukan penelitian tentang harga yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan termasuk keputusan pembelian. Di mana pelanggan merupakan aset bagi perusahaan untuk mendapatkan laba. Pengguna akan loyal apabila kepuasan atas citra merek dan harga di hati pengguna bernilai tinggi.

Loyalitas sendiri sangat *urgent* dalam hubungan bisnis antara perusahaan dengan konsumennya. Loyalitas konsumen akan terbentuk apabila konsumen bersedia membeli ulang dan setia terhadap merek, harga dan lainnya yang ditawarkan perusahaan. Konsumen yang loyal artinya konsumen yang puas terhadap *value* yang diberikan perusahaan.

⁵ Milla Naeruz (2018). *Analisis Pengaruh Jumlah Pelanggan, Tarif dan Promosi terhadap Pendapatan Industri Telekomunikasi (PT. Indosat Ooredoo, PT. Telkomsel, PT.XL Axiata) di Indonesia*. Jurnal Kajian Ekonomi dan Kebijakan Publik. Vol.3 No.2, hal. 90.

⁶ Ibid., hal. 89.

Loyalitas terbentuk atas kepuasan pengguna pada suatu produk atau jasa yang telah mereka gunakan. Pengguna akan membeli kembali produk atau jasa yang digunakan secara teratur. Penggunaan ulang tersebut yang dapat disebut sebagai loyalitas atau kesetiaan pengguna untuk menggunakan produk yang telah digunakan sebelumnya.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai besarnya pengaruh *brand image* dan harga paket internet terhadap loyalitas pengguna kartu Telkomsel di Kabupaten Kebumen. Penelitian ini untuk pengguna kartu Telkomsel di Kabupaten Kebumen dengan judul **Pengaruh *Brand Image* dan Harga Paket Internet Terhadap Loyalitas Pengguna Kartu Telkomsel (Studi Kasus pada Pengguna Kartu Telkomsel di Kabupaten Kebumen).**

B. Pembatasan Masalah

Mengingat luasnya cakupan pembahasan dan terbatasnya waktu, maka diperlukan pembatasan masalah dengan tujuan agar penelitian ini lebih mendalam dan mengena pada kajian fokus masalah dan pembahasan yang tepat sasaran dan tidak melebar dari fokus penelitian. Pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah pembahasan tentang pengaruh *brand image* dan harga paket internet terhadap loyalitas pengguna kartu Telkomsel di Kabupaten Kebumen pada bulan Januari sampai April 2023.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan pembatasan masalah di atas, maka peneliti mengajukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah secara parsial *brand image* dan harga berpengaruh terhadap loyalitas pengguna kartu Telkomsel di Kebumen?
2. Apakah secara simultan *brand image* dan harga berpengaruh terhadap loyalitas pengguna kartu Telkomsel di Kebumen?

D. Penegasan Istilah

Penulis dalam skripsi ini memberi judul “Pengaruh *Brand Image* dan Harga Paket Internet Terhadap Loyalitas Pengguna Kartu Telkomsel (Studi Kasus pada Pengguna Kartu Telkomsel di Kabupaten Kebumen)”. Penegasan atas judul penelitian ini maka berikut ini arti masing-masing bagian dari judul tersebut. Bagian-bagian yang perlu ditegaskan di sini adalah:

1. Pengaruh

Menurut KBBI, pengaruh artinya upaya yang muncul dari suatu benda atau seseorang yang dapat mempengaruhi keyakinan atau perilaku seseorang terhadap sesuatu.⁷ Dalam hal ini peneliti mengartikan bahwa ada keterkaitan atau pengaruh *brand image* terhadap loyalitas pengguna Kartu Telkomsel di Kabupaten Kebumen.

⁷ Tim Penyusun KBBI Edisi Kelima (2016). *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Kelima*. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia: Badan Pengembangan Bahasa dan Perbukuan.

2. *Brand*

Brand (merek) adalah gabungan dari nama, simbol, tanda, desain atau salah satunya yang digunakan sebagai identitas (ciri khas) suatu produk maupun jasa yang dimiliki oleh seseorang, lembaga, organisasi, perusahaan atau kelompok lainnya untuk membedakan satu dengan yang lainnya.⁸

3. *Image*

Image (citra) terbentuk dari pandangan seseorang terhadap merek atau identitas dan perusahaan yang bersangkutan. Menurut Rangkuti, citra merek diartikan sebagai seperangkat kepercayaan pada suatu merek dari konsumen. Citra merek bermanfaat dalam mengkomunikasikan mereknya ke publik mengenai *value* yang ada di dalamnya. Menurut Selnes, citra diartikan sebagai sebuah persepsi kualitas yang berhubungan dengan identitas.⁹

4. *Brand Image*

Menurut Tjiptono, *brand image* merupakan keyakinan kualitas yang baik dan merupakan gambaran tentang kepercayaan terhadap merek tertentu. Menurut Kotler, citra merek merupakan syarat dari kekuatan

⁸ M. Anang Firmansyah (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. CV. Penerbit Qiara Media, hal. 23.

⁹ Indra Nanda Putra Lasaib dan Emma Julianti (2019). *Pengaruh Citra Merek, Iklan, Kualitas Yang Dirasa Terhadap Keputusan Pembelian SIM card Telkomsel di Surabaya*. *Journal of Business and Banking*. Vol. 9 No. 1, hal. 162.

merek dan citra adalah pandangan yang konsisten dalam jangka panjang. Ada suatu kesulitan dalam membangun merek, namun ketika citra sudah terbangun, maka akan kekal dalam benak konsumen.¹⁰ Adapun *brand image* yang peneliti maksud adalah *brand image* Kartu Telkomsel.

5. Harga

Harga diartikan sebagai total uang yang digunakan saat transaksi produk atau layanan.¹¹ Harga digunakan oleh konsumen sebagai indikator kualitas, yang berarti jika harganya mahal maka kualitasnya baik, jika harganya murah, maka umumnya kualitasnya tidak baik.¹² Harga yang dimaksud peneliti merupakan harga paket internet pada kartu Telkomsel.

6. Loyalitas Pengguna

Loyalitas yang berarti kesetiaan pengguna atas suatu produk atau layanan. Loyalitas pengguna juga diartikan sebagai pembelian ulang pengguna terhadap produk atau layanan atas dasar rasa puas karena telah menggunakan produk atau layanan tersebut sebelumnya.¹³ Adapun

¹⁰ Ibid., hal. 163.

¹¹ Aniesatun Nurul Aliefah dan Eka Arilia Nandasari (2022). *Analisis Kelayakan Bisnis Ditinjau dari Aspek Pemasaran dan Keuangan pada Kedai Olan'Z Food Kebumen*. LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam. Vol.6 No.1, hal. 45.

¹² Syafrizal Helmi Situmorang dan Ami Dilham (2007). *Studi kelayakan bisnis (buku I)*. Medan: USU Press, hal. 58.

¹³ Hermanto (2019). *Faktor Pelayanan, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Surabaya: CV. Jakad Publishing. hal. 26.

loyalitas pengguna yang peneliti maksud adalah loyalitas pengguna kartu Telkomsel.

7. Kartu Telkomsel

Telkomsel merupakan salah satu merek dagang dari PT Telekomunikasi Seluler, perusahaan [operator telekomunikasi seluler yang ada di Indonesia](#). Telkomsel merupakan kartu SIM pertama di Indonesia dan sebagai perusahaan milik PT Telkom.¹⁴ Pilihan produk pada Telkomsel yaitu ada Telkomsel PraBayar, Telkomsel Halo, *by.U*, *roaming*, internet rumah, *bundling*, dan 5G.¹⁵

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibahas sebelumnya, maka penelitian ini bertujuan:

1. Untuk mengetahui apakah secara parsial *brand image* dan harga berpengaruh terhadap loyalitas pengguna kartu Telkomsel di Kebumen.
2. Untuk mengetahui apakah secara simultan *brand image* dan harga berpengaruh terhadap loyalitas pengguna kartu Telkomsel di Kebumen.

¹⁴ Wikipedia bahasa Indonesia Ensiklopedia Bebas....

¹⁵ PT Telekomunikasi Selular, <https://www.telkomsel.com/about-us/our-story/our-history> diakses pada 07 Januari 2022, pukul 11.06.

F. Kegunaan Penelitian

Besar harapan penelitian ini dapat memberikan beberapa manfaat, baik dari segi teoritis maupun segi praktis.

1. Manfaat Teoretis

Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk menambah pengetahuan dan pemahaman dalam bidang ekonomi, yang berkaitan dengan *brand image* dan harga dalam mempengaruhi loyalitas pengguna kartu Telkomsel di Kebumen. Besar harapan penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya mengenai *brand image* dan harga dalam mempengaruhi loyalitas pengguna kartu Telkomsel.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Akademisi

Besar harapan penelitian ini dapat menambah keterangan mengenai *brand image* dan harga khususnya di wilayah sekitar institut dan dapat menambah dalam keperpustakaan di bidang ekonomi. Harapan besar bagi peneliti terhadap hasil penelitian ini adalah dapat dijadikan acuan dan bahan bacaan dalam penelitian selanjutnya yang sejenis.

b. Bagi Perusahaan

Manfaat penelitian ini bagi perusahaan diantaranya dapat menjadi bahan acuan dan pertimbangan dalam membuat keputusan

internal perusahaan. Dengan adanya penelitian ini dapat meningkatkan keakuratan informasi mengenai loyalitas pengguna kartu Telkomsel. Selain itu penelitian ini dapat membantu Telkomsel untuk meningkatkan *brand image* yang baik bagi para penggunanya.

c. Bagi Masyarakat

Dapat dijadikan sebagai bahan pengetahuan dan pemahaman mengenai loyalitas pengguna, produk dan harga kartu Telkomsel. Serta dapat memberikan saran atau masukan sebagai calon atau pengguna kartu Telkomsel.