

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Perkembangan ilmu pengetahuan teknologi pada saat ini berkembang dengan sangat pesat. Hal ini terlihat jelas dengan beradanya peralatan canggih dan modern di pasaran. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi ini juga berdampak kepada kebutuhan masyarakat. Dahulu, alat komunikasi seperti telepon seluler merupakan barang mewah dan merupakan kebutuhan tersier. Namun, pada saat sekarang ini kebutuhan akan alat komunikasi telepon seluler ini perlahan-lahan berubah menjadi kepentingan primer. Jika dulunya yang memiliki telepon seluler ini adalah kalangan atas saja, sekarang telepon seluler dimiliki oleh hampir semua kalangan. Dari murid sekolah dasar hingga pebisnis kelas atas pasti memiliki telepon seluler. Oleh karena itu, kebutuhan pada telepon seluler pada saat sekarang ini bisa dikatakan sebagai kebutuhan primer.

Seiring berkembangnya kebutuhan pada telepon seluler, industri kartu seluler pun ikut berkembang. Sebuah telepon seluler tidak akan bias berfungsi sebagai alat komunikasi jika tidak menggunakan kartu seluler. Keadaan ini menciptakan peluang yang sangat besar dalam bidang industri kartu seluler. Perlahan tapi pasti, di Indonesia mulai banyak tumbuh dan berkembang berbagai macam perusahaan yang bergerak di bidang kartu seluler ini. Dengan banyaknya perusahaan seluler yang ada di Indonesia maka terciptalah persaingan pasar yang ketat. Berbagai produk dengan segala keunggulannya ditawarkan kepada

masyarakat. Demi memenangkan persaingan yang semakin ketat ini, perusahaan pasti berlomba-lomba untuk menawarkan pilihan yang menarik kepada masyarakat.

Kualitas produk adalah salah satu faktor yang sangat penting untuk meningkatkan nilai kepuasan konsumen. Salah satu upaya yang dilakukan PT Hutchison 3 Indonesia dalam menghadapi persaingan yang ada, yaitu dengan memberikan penawaran-penawaran yang menarik bagi konsumen seperti paket data yang murah dan berbagai bonus yang menarik. Ini merupakan salah satu fasilitas yang tidak bisa didapati pada operator seluler lainnya. Tri juga menawarkan beragam penawaran yang fleksibel sesuai kebutuhan dan gaya hidup pelanggan guna menghadirkan pengalaman berinternet yang berbeda dan kelas dunia bagi masyarakat Indonesia. Selain itu, Tri dirancang dan dibangun secara berbeda serta dilengkapi dengan teknologi 2G, 3G, dan 4G yang membentang di Sumatera, Jawa, Bali, Lombok, Kalimantan, dan Sulawesi.

Teknik penetapan harga dari kartu prabayar Tri juga tergolong berbeda dengan kartu prabayar lainnya, dimana dengan menggunakan kartu perdana Tri *Always On* (AON) pengguna dapat bebas mengakses aplikasi dan 11 situs populer tanpa biaya kuota/ pulsa, serta bonus 50MB paket data tiap bulan. Ada juga berbagai harga promo yang diberikan Tri dengan tarif yang sangat murah untuk menelpon ke sesama Tri maupun ke operator seluler lain, serta berbagai penawaran bonus SMS yang dapat dinikmati pelanggan Tri. (Evi Nurvitasari, 2018) menyatakan bahwa harga mempunyai peranan penting dalam proses pengambilan keputusan yaitu peranan alokasi dari harga adalah membantu para pembeli untuk

memutuskan cara memperoleh manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan kekuatan daya belinya.

Kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat penting untuk dipertahankan perusahaan dengan cara memperbaiki serta menjaga kualitas produk dan kualitas layanan yang ada, serta lebih jeli dalam hal penetapan harga, agar supaya konsumen yang menggunakan kartu prabayar Tri dapat merasa puas dengan produk yang digunakan serta ada kemungkinan untuk konsumen menjadi loyal dengan produk dari Tri sendiri.

Salah satu bukti dari PT Hutchison 3 serius dalam hal meningkatkan kepuasan konsumen, adalah dengan menawarkan berbagai kelebihan produk mereka yang tidak bisa didapatkan pada operator seluler lainnya, misalnya untuk akses 11 situs populer tanpa pulsa atau kuota, kartu Tri tidak dapat hangus, serta Tri juga memberikan tarif-tarif yang murah untuk telepon, SMS dan internet. Namun demikian, yang terjadi dilapangan, tidak seutuhnya seperti yang dijanjikan perusahaan, adabeberapa hal yang ditemui misalnya dalam hal masa aktif kartu, beberapa konsumen mengeluhkan tidak bisa menelpon walaupun masih memiliki pulsa, dengan kendala masa aktif kartu yang sudah habis, ada juga yang mengeluhkan tentang jaringan Tri yang lemah, dan bahkan di beberapa tempat tertentu, tidak ada jaringan sama sekali. Tetapi berbagai kendala di atas tidak menjadi penghalang bagi para pengguna kartu Tri untuk menggunakan produk Tri, karena buktinya sampai saat ini masih banyak juga yang tetap menggunakan kartu prabayar Tri sebagai operator selulernya dengan alasan, Tri memberikan paket-

paket yang murah, baik SMS, telepon maupun Internet dan ini menjadi kekuatan dari Kartu Tri dalam menjaga eksistensinya.

Menurut Sibero (2011) secara umum manfaat yang dapat diperoleh apabila seseorang mempunyai akses ke internet adalah memperoleh informasi yang luas tanpa batas secara individu, sosial, maupun informasi bisnis/pekerja pun dapat diperoleh melalui akses internet. Akses informasi internet tidak mengenal batas geografis, ras, suku, budaya, negara, maupun kelas ekonomi, atau faktor-faktor lain yang biasanya dapat menghambat pertukaran pikiran. Dari aktifitas tanpa batas ini internet mampu internet menciptakan suatu komunitas-komunitas unik seperti *Instagram, facebook, twitter*. Dan tidak menutup kemungkinan melalui komunitas dalam internet tersebut dapat terjalin kerjasama bisnis. Karena banyaknya manfaat tersebut, maka dewasa ini pengguna internet semakin meningkat jumlahnya seiring dengan banyaknya kemudahan-kemudahan yang diperoleh dalam penggunaan internet.

Citra merek merupakan petunjuk yang digunakan oleh konsumen untuk mengevaluasi produk ketika tidak memiliki pengetahuan yang cukup tentang suatu produk. Terdapat kecenderungan bahwa konsumen akan memilih produk yang telah dikenal baik melalui pengalaman menggunakan produk maupun berdasarkan informasi yang diperoleh melalui berbagai sumber. Menurut (Kotler dan Keller, 2016) mengemukakan bahwa harga adalah sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa atau dapat juga dikatakan penentuan nilai suatu produk dibenak konsumen. merupakan aspek yang tampak jelas (*visible*) bagi para pembeli, bagi konsumen yang tidak terlalu paham hal-hal teknis pada pembelian

jasa, seringkali harga menjadi satu-satunya faktor yang bisa mereka pahami, tidak jarang pula harga dijadikan semacam indikator untuk kualitas jasa.

Salah satu sarana akses internet yang sangat penting untuk memberikan pelayanan internet kepada masyarakat, memiliki peran yang sangat strategis dalam mempercepat jaringan untuk masyarakat. Oleh karena itu provider dituntut untuk memberikan pelayanan yang bermutu sesuai dengan standar yang ditetapkan dan dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat, Pentingnya kualitas pelayanan bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa maka dari itu terbentuklah kualitas pelayanan dari persepsi konsumen akan pelayanan yang di berikan. Seperti yang dikatakan oleh Lewis dan Booms pada wijaya mengenai kualitas pelayanan, yaitu ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang di berikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Wijaya,2011).

Adapun Menurut (Lovelock & Wirtz, 2011) Kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk, jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi. Kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui kualitas, pelayanan dan nilai. Kunci untuk menghasikan kesetiaan pelanggan adalah memberikan nilai pelanggan yang tinggi. Penelitian ini penting dilakukan agar dapat mengukur seberapa baik pelayanan yang telah diberikan, serta mengetahui sejauh mana pelayanan yang diberikan oleh PT Hutchison 3 Indonesia.

Loyalitas konsumen merupakan hal yang sangat penting untuk dipertahankan perusahaan dengan cara memperbaiki serta menjaga kualitas produk dan kualitas layanan yang ada, serta lebih jeli dalam hal penetapan harga, agar supaya konsumen yang menggunakan kartu prabayar Tri dapat merasa puas dengan produk yang digunakan serta ada kemungkinan untuk konsumen menjadi loyal dengan produk dari Tri sendiri.

Hurriyati (2010) Bagi perusahaan, konsumen yang loyal sangat besar artinya selain menggambarkan besarnya profitabilitas yang diperoleh konsumen yang loyal juga dapat menunjukkan citra atau image perusahaan di mata public. Bahkan menurut Graham, *customers* lebih penting dari *orders*. Pelanggan yang setia dapat menjadi partner dalam mengembangkan produk baru, karena mereka mempertahankan dan membela bahkan menggunakan pelayanan perusahaan yang ada.

Dilihat dari perspektif islam, loyalitas pelanggan merupakan bentuk kesetiaan seseorang serta perilaku seseorang untuk mau dan bersedia merekomendasikan apa yang ia rasakan kepada orang lain adalah bentuk dari kecintaan dan kepercayaan pelanggan terhadap suatu perusahaan. Loyalitas adalah perilaku yang murni muncul dari bentuk pelanggan sehingga tidak bisa dipaksakan. Sebagaimana firman Allah dalam Al-Quran surat Al – hujurat ayat 15:

إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ الَّذِينَ ءَامَنُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ ؕ ثُمَّ لَمْ يَرْتَابُوا وَجَاهَدُوا بِأَمْوَالِهِمْ  
وَأَنفُسِهِمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ ؕ أُولَٰئِكَ هُمُ الصَّادِقُونَ ۝

Artinya : “*Sesungguhnya orang-orang yang beriman itu hanyalah orang-orang yang percaya (beriman) kepada Allah dan Rasul-Nya, kemudian mereka tidak ragu-ragu dan mereka berjuang (berjihad) dengan harta dan jiwa mereka pada jalan Allah. Mereka itulah orang-orang yang benar*”. (QS. Al-Hujurat ayat 15).

Ayat tersebut dapat dikaitkan dengan loyalitas konsumen, yang mana jika pelanggan sudah setia dan percaya pada suatu perusahaan atau merek maka ia akan menjadi loyal tak peduli dengan harga produk tersebut. Salah satu faktor yang berpotensi dalam menghasilkan keuntungan dari pelanggan yang bertahan lama (loyal) adalah mereka tidak begitu sensitif terhadap harga. Hal tersebut dikarenakan, loyalitas adalah karakter psikologis yang terbentuk dari kepuasan pelanggan serta ikatan emosional yang terbentuk dari kualitas pelayanan, yang mengarah pada perasaan atau keadaan reladan konsisten pada suatu pilihan, acuan dan kelebihan.

Berdasarkan pada peran pentingnya tauhid dalam kehidupan manusia, maka wajib bagi setiap muslim mempelajarinya. Kajian tauhid sangat luas dan panjang sehingga dalam penelitian ini hanya mengkaji bagian produk (barang). Yang dimaksud peneliti disini menyangkut pada unsur barang (produk) yang diproduksi dan digunakan. Yang mana telah kita ketahui dalam Islam ada yang namanya dua pembagian barang yaitu, barang halal dan barang haram. Mengenai ini ada sabda Rasul sebagai berikut ini:

عَنْ أَبِي عَبْدِ اللَّهِ النُّعْمَانِ بْنِ بَشِيرٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا قَالَ : سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ : إِنَّ الْحَلَالَ بَيِّنٌ وَإِنَّ الْحَرَامَ بَيِّنٌ وَبَيْنَهُمَا أُمُورٌ مُشْتَبِهَاتٌ لَا يَعْلَمُهُنَّ كَثِيرٌ مِنَ النَّاسِ فَمَنْ اتَّقَى الشُّبُهَاتِ فَقَدْ اسْتَبْرَأَ لِدِينِهِ وَعِزِّهِ وَمَنْ وَقَعَ فِي الشُّبُهَاتِ وَقَعَ فِي الْحَرَامِ كَالرَّاعِي يَرَعَى حَوْلَ الْحِمَى يُوشِكُ أَنْ يَرْتَعَ فِيهِ أَلَّا وَإِنَّ لِكُلِّ مَلِكٍ حِمًى أَلَّا وَإِنَّ حِمَى اللَّهِ مَحْرَمَهُ أَلَّا وَإِنَّ فِي الْجَسَدِ مُضْغَةً إِذَا صَلَحَتْ صَلَحَ الْجَسَدُ كُلُّهُ وَإِذَا فَسَدَتْ فَسَدَ الْجَسَدُ كُلُّهُ أَلَّا وَهِيَ الْقَلْبُ - رَوَاهُ الْبُخَارِيُّ وَمُسْلِمٌ

Artinya : Dari Abu ‘Abdillah An-Nu’man bin Basyir *radhiyallahu ‘anhuma*, ia berkata bahwa ia mendengar Rasulullah *shallallahu ‘alaihi wa sallam* bersabda, “*Sesungguhnya yang halal itu jelas, sebagaimana yang haram pun jelas. Di antara keduanya terdapat perkara syubhat--yang masih samar--yang tidak diketahui oleh kebanyakan orang. Barangsiapa yang menghindarkan diri dari perkara syubhat, maka ia telah menyelamatkan agama dan kehormatannya. Barangsiapa yang terjerumus ke dalam perkara syubhat, maka ia bisa terjatuh pada perkara haram. Sebagaimana ada penggembala yang menggembalakan ternaknya di sekitar tanah larangan yang hampir menjerumuskannya. Ketahuilah, setiap raja memiliki tanah larangan dan tanah larangan Allah di bumi ini adalah perkaraperkara yang diharamkan-Nya. Ingatlah di dalam jasad itu ada segumpal daging. Jika ia baik, maka seluruh jasad akan ikut baik. Jika ia rusak, maka seluruh jasad akan ikut rusak. Ingatlah segumpal daging itu adalah hati (jantung)*”. (HR. Bukhari dan Muslim) [HR. Bukhari no. 2051 dan Muslim no. 1599].

Seperti didalam hadits tersebut bahwa telah jelas adanya perbedaan Antara produk yang halal dan yang haram, selain itu didasari karena kewajiban bagi umat muslim untuk mengkonsumsi dan menggunakan produk yang halal dan juga dikarenakan umat muslim tidak semata-mata menggunakan barang untuk kesenangan saja, tetapi juga untuk menjalankan tugas, tanggung jawab menjalankan misi yaitu beribadah kepada Allah yang menjadi salah satu faktor mentauhidkan Allah.

Berdasarkan latar belakang dan penelitian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Kartu Prabayar Tri Serta Tinjauannya DariI Sudut Pandang Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Yarsi)”.



## 1.2. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraian di atas maka dapat diidentifikasi beberapa rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen pada pengguna kartu prabayar tri?
2. Bagaimana pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen pada pengguna kartu prabayar tri?
3. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada pengguna kartu prabayar tri?
4. Bagaimana pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen pada pengguna kartu prabayar tri?
5. Bagaimana pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen pada pengguna kartu prabayar tri?
6. Apakah pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen yang di mediasi oleh Kepuasan Konsumen pada pengguna kartu prabayar tri?
7. Apakah pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen yang di mediasi oleh Kepuasan Konsumen pada pengguna kartu prabayar tri?
8. Bagaimana pandangan Islam mengenai Kualitas Produk, Citra Merek, Kepuasan Konsumen, dan Loyalitas Konsumen pada pengguna kartu prabayar tri?

### **1.3. Tujuan Dan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, tujuan yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen pada pengguna kartu prabayar Tri.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen pada pengguna kartu prabayar Tri.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada pengguna kartu prabayar Tri.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Citra merek terhadap Kepuasan Konsumen pada pengguna kartu prabayar Tri.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen pada pengguna kartu prabayar Tri.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen yang dimediasi oleh Kepuasan Konsumen pada pengguna kartu prabayar tri?
7. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen yang dimediasi oleh Kepuasan Konsumen pada pengguna kartu prabayar tri?
8. Untuk mengetahui dan menganalisis pandangan Islam mengenai Kualitas Produk, Citra Merek, Kepuasan Konsumen, dan Loyalitas Konsumen pada pengguna kartu prabayar tri.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Dari penelitian yang dilakukan oleh penulis ini diharapkan penelitian ini bermanfaat bagi penelitian lainnya serta pembaca. Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Diharapkan dengan penelitian ini, peneliti dapat menambah wawasan serta penulis dapat dapat memperdalam pengetahuan tentang strategi pemasaran.

2. Bagi Perusahaan

Dengan hasil penelitian ini dapat menjadi masukan dan pertimbangan untuk mengadakan evaluasi bagi PT Hutchison Tri dalam mempertahankan loyalitas konsumen.

3. Bagi pihak lain

Diharapkan dengan penelitian ini, pihak lain dapat mendapatkan informasi tambahan yang berkaitan dengan penelitian ini.