

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

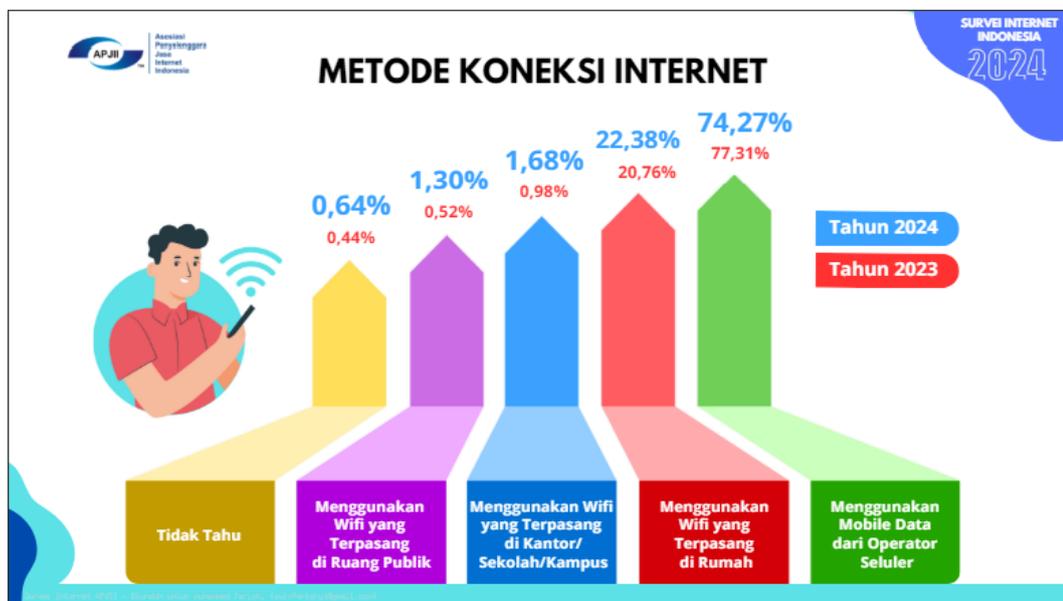
Dikutip dari artikel media bangkabaratkab kehidupan manusia dalam perkembangan zaman telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek, salah satunya adalah dalam bidang teknologi komunikasi. Telepon seluler, yang dulunya dianggap sebagai barang mewah dan hanya dimiliki oleh segelintir orang, kini telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Teknologi telepon seluler telah mengalami evolusi yang luar biasa, dari sekadar alat untuk melakukan panggilan suara menjadi perangkat multifungsi yang dapat digunakan untuk mengakses internet, mengirim pesan teks, mengambil foto, dan bahkan melakukan pembayaran digital.

Dikutip dari artikel media 101internet.id, pada awalnya, telepon seluler hanya mampu mengirim sinyal analog dan memiliki ukuran yang cukup besar. Namun, seiring dengan ditemukannya teknologi digital dan perkembangan jaringan komunikasi seperti 2G, 3G, 4G, dan yang terbaru 5G, kemampuan dan fungsi telepon seluler pun semakin berkembang. Saat ini, telepon seluler tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai pusat hiburan, alat produktivitas, dan sarana edukasi.

Pengaruh perkembangan telepon seluler sangat terasa dalam berbagai sektor. Di bidang bisnis, telepon seluler memfasilitasi komunikasi yang lebih cepat dan efisien, serta mendukung mobilitas kerja. Di bidang sosial, telepon seluler

mengubah cara orang berinteraksi, memungkinkan komunikasi instan melalui aplikasi pesan dan media sosial. Selain itu, dalam bidang pendidikan, telepon seluler membuka akses terhadap informasi dan sumber belajar yang tidak terbatas, memungkinkan pembelajaran jarak jauh yang fleksibel.

Dan menurut hasil survey APJII metode koneksi internet di Indonesia didominasi menggunakan mobile data dari operator seluler dengan angka 77,31% pada tahun 2023 dan 74,27% untuk tahun 2024.



Sumber : Hasil Survey APJII

Gambar 1. 1 metode koneksi internet di Indonesia

Dikutip dari media detik.com. Akses internet yang mumpuni di Kota Bandung memudahkan warganya beraktivitas dan berinteraksi melalui ruang digital dengan beragam platform. Sekadar diketahui, jumlah penduduk Kota Bandung pada tahun 2021 mencapai 2.500.965 jiwa. Survei dilakukan APJII mencatat pengguna aktif internet di Kota Bandung jumlahnya 2.130.822 jiwa atau 85,2 persen dari total populasi penduduk Kota Bandung.

Dikutip dari akun bdg.data dan diskominfo bahwa pengguna internet di Provinsi Jawa Barat, di dominasi masyarakat perkotaan. Kota Bandung menempati posisi keempat tertinggi dalam persentase pengguna internet. Secara keseluruhan, perbandingan pengguna internet antara laki-laki dan perempuan di Kota Bandung relatif seimbang, dengan telepon seluler menjadi media utama untuk mengakses internet yang mencapai lebih dari 97%.



Sumber : Open Data Kota Bandung

Gambar 1. 2 Persentase Pengguna Internet Prov. Jawa Barat

Menurut (Iffan et al., 2021) The “*expanse of digital service products in today’s technology-connected marketplace continues to grow and yet another form of digital service is also increasingly used by customers and firms digital customer service.*”

Jika diartikan luasnya produk layanan digital di pasar yang terhubung dengan teknologi saat ini terus berkembang dan bentuk lain dari layanan digital

juga semakin banyak digunakan oleh pelanggan dan layanan pelanggan digital perusahaan.

Dalam penggunaan telepon seluler yang sudah menjadi kebiasaan masyarakat memerlukan kartu SIM dalam penggunaannya untuk mengakses internet. Ditengah kebutuhan masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya dalam berkomunikasi dan mengakses informasi terutama dalam menyediakan layanan konktivitas yang andal dan terjangkau. Salah satu industri telekomunikasi yang beroperasi dalam sektor ini adalah AXIS sebuah merek yang dikenal luas dengan layanan kartu SIMnya, yang menyediakan layanan kartu SIM dan berbagai paket data serta telepon untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Dikutip dari artikel media liputran 6. XL Axiata lewat brand AXIS merilis aplikasi AXISnet. Aplikasi ini pada dasarnya telah diluncurkan sejak tahun 2016. Kali ini aplikasi tersebut diperkaya dengan sejumlah fitur yang semakin mempermudah pelanggan mendapatkan berbagai informasi dan manfaat tentang berbagai layanan AXIS

Keberhasilan AXISnet dalam menarik minat pelanggan tidak lepas dari strategi pemasaran yang menekankan pada persepsi kemudahan yang dirasakan oleh pengguna. Persepsi kemudahan berkaitan dengan seberapa sederhana dan mudahnya layanan AXISnet digunakan oleh konsumen, ini mencakup proses aktivasi kartu, kemudahan dalam memilih dan mengaktifkan paket data, serta akses layanan pelanggan yang responsif.

AXISnet adalah aplikasi resmi AXIS yang memiliki fitur kumulatif dan layanan dari AXIS, aplikasi ini sangat tepat untuk digunakan karena berisi beragam layanan dalam satu sentuhan dan berbagai kemudahan dapat dinikmatinya. Layanan yang diberikan oleh AXIS berupa voucherku, isi pulsa, pulsa darurat, paket suka-suka, histori, notifikasi, hiburan, sureprise dan beli paket.



Sumber : Aplikasi AXISnet yang digunakan Penulis

Gambar 1. 3 Tampilan Utama Aplikasi AXISnet

Namun beberapa kendala masih ditemukan dalam penggunaan AXISnet seperti fitur layanan yang tidak banyak orang tahu karena penyimpanan letak fitur yang tidak jelas, dan tidak ada instruksi khusus untuk memberitahu pengguna tentang fitur layanan yang banyak ini. Banyaknya pengguna yang merasa

kebingunan akan fitur yang tidak jelas tata letaknya membuat pengguna tidak banyak berinteraksi pada aplikasi AXISnet sehingga hal tersebut bisa mengakibatkan kepercayaan ataupun pembelian dan loyalitas dalam aplikasi menurun.

Tabel 1. 1 Survey Awal Variabel Persepsi Kemudahan (X)

No	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Apakah anda merasa mudah ketika membeli dan menggunakan aplikasi AXISnet?	40%	60%
2	Apakah dengan adanya aplikasi AXISnet saya merasa hemat waktu saat proses pembelian?	53,3%	46,7%
3	Apakah anda melakukan pertimbangan sebelum melakukan pembelian dengan adanya informasi di aplikasi AXISnet?	60%	40%

Berdasarkan hasil survey awal kepada 25 responden selaku konsumen mengenai persepsi kemudahan sebanyak 60% tidak merasa mudah ketika membeli dan menggunakan produk atau jasa AXISnet. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden tidak merasa mudah saat menggunakan AXISnet. Hal ini bisa mencakup proses pembelian yang membingungkan, kesulitan teknis, atau layanan pelanggan yang kurang responsif. Selain persepsi kemudahan, kepercayaan memiliki kontribusi yang berarti terhadap loyalitas pelanggan. Kepercayaan pengguna adalah sebuah harapan pelanggan sebagai pengguna suatu layanan bahwa perusahaan dapat dipercaya dan diandalkan dalam memenuhi pelayanan yang diharapkan

Berikut ini adalah survey awal kepada 25 responden terhadap kepercayaan pada pengguna. Hasil survey awal tersebut dapat dilihat pada tabel 1.2

Tabel 1. 2 Survey Awal Variabel Kepercayaan (Z)

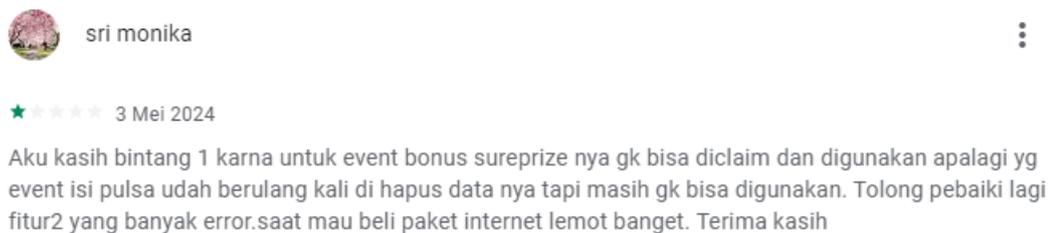
No	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Apakah anda percaya bahwa AXISnet memberikan informasi yang jujur dan akurat tentang produk dan layanan AXIS?	53,3%	46,7%
2	Apakah anda percaya bahwa AXISnet mengutamakan kepentingan pengguna dalam setiap keputusan dan perubahan yang dilakukan pada aplikasi?	60%	40%
3	Apakah anda percaya layanan bantuan pelanggan di aplikasi AXISnet mampu memberikan solusi yang tepat dan cepat untuk setiap masalah yang di hadapi?	40%	60%

Berdasarkan hasil survey awal kepada 25 responden selaku konsumen mengenai persepsi kemudahan sebanyak 60% tidak merasa terbantu dengan layanan bantuan yang terdapat di aplikasi AXISnet. Hal ini bisa disebabkan balasan dari layanan bantuan yang banyak memakan waktu sehingga membuat konsumen menunggu cukup lama. Selain kepercayaan memiliki kontribusi yang berarti terhadap loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan merupakan Pelanggan yang setia pada merek tertentu cenderung terikat pada merek tersebut dan akan membeli produk yang sama lagi sekalipun tersedia banyak alternatif lainnya. Hasil survey awal tersebut dapat dilihat pada tabel 1.3

Tabel 1. 3 Survey Awal Variabel Loyalitas (Y)

No	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Apakah anda sering melakukan pembelian ulang, dalam aplikasi AXISnet?	53,3%	46,7%
2	Apakah anda akan bertahan menggunakan aplikasi AXISnet meskipun ada aplikasi lain yang lebih baik?	33,3%	66,7%
3	Apakah anda merekomendasikan aplikasi AXISnet kepada orang lain?	53,3%	46,7%

Berdasarkan hasil survey awal kepada 25 responden selaku konsumen mengenai loyalitas sebanyak 66,7% tidak bertahan terhadap aplikasi AXISnet. Hal ini bisa disebabkan karena dari persepsi kemudahan yang mayoritas tidak merasa mudah menggunakan aplikasi AXISnet dan tidak terbantu dengan layanan bantuan.

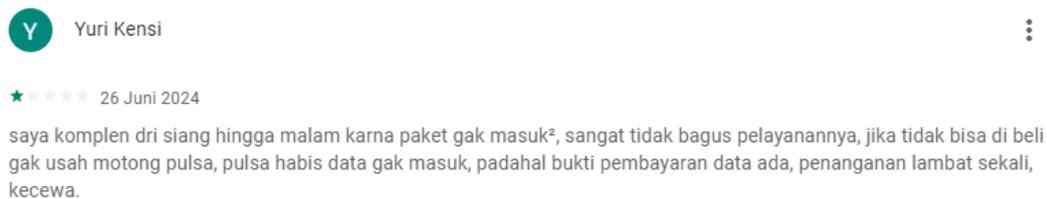


Sumber : Ulasan Googleplay

Gambar 1. 4 Keluhan Pengguna

Pada gambar 1.4 pengguna mengalami beberapa keluhan pada AXISnet yang sulit digunakan pada saat menggunakan fitur. Sedangkan teori persepsi kemudahan menurut (Widyana, 2010) dalam (Meileny & Wijaksana, 2020) Persepsi Kemudahan berarti keyakinan individu bahwa menggunakan sistem teknologi informasi tidak akan merepotkan atau membutuhkan usaha yang besar pada saat digunakan. Dengan demikian adanya kesenjangan atau gap teori.

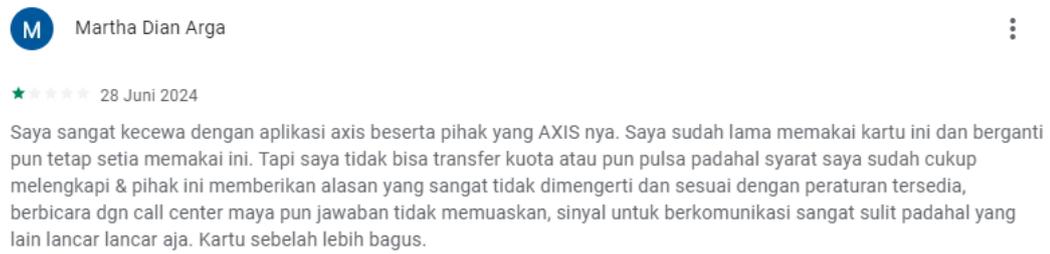
Terdapat persamaan masalah di survey awal variabel persepsi kemudahan di tabel 1.1 pada indikator point nomer 1 dan ulasan pengguna di gambar 1.4 yang dimana konsumen mengalami kesulitan saat claim hadiah.



Sumber : Ulasan Googleplay

Gambar 1. 5 Keluhan Pengguna

Pada gambar 1.5 pengguna mengalami beberapa keluhan pada aplikasi AXISnet yang dimana pengguna sudah melapor keluhannya terkait permasalahan yang dialami oleh pengguna, tetapi pelayanan dari AXISnet lambat dan membuat pengguna kecewa. Sedangkan teori kepercayaan merupakan sebuah harapan pelanggan sebagai pengguna suatu layanan bahwa perusahaan dapat dipercaya dan diandalkan dalam memenuhi pelayanan yang diharapkan. Dengan demikian adanya kesenjangan atau gap teori. Terdapat persamaan masalah di survey awal variabel kepercayaan di tabel 1.2 pada indikator point nomer 3 dan ulasan pengguna di gambar 1.5 yang dimana konsumen mengalami kesulitan saat melapor ke bantuan layanan.



Sumber : Ulasan Googleplay

Gambar 1. 6 Keluhan Pengguna

Pada gambar 1.6 pengguna mengalami beberapa keluhan pada AXISnet mengenai tidak bisa menggunakan fitur transfer kuota, pengguna juga sudah melapor terkait keluhan ke layanan bantuan tetapi pengguna tidak merasa puas terkait layanan bantuan tersebut dan menyebabkan pengguna pindah ke produsen lain. Sedangkan teori loyalitas menurut Tjiptono (Tjiptiono, 2007) dalam (Erica & Al Rasyid, 2018), Pelanggan yang setia pada merek tertentu cenderung terikat pada merek tersebut dan akan membeli produk yang sama lagi sekalipun tersedia banyak alternatif lainnya. Dengan demikian adanya kesenjangan atau gap teori

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Sebagian besar pengguna AXISnet menyatakan belum mudah dalam menggunakan aplikasi AXISnet.
2. Sebagian besar pengguna AXISnet tidak terbantu dengan layanan bantuan.
3. Sebagian besar pengguna AXISnet tidak bertahan menggunakan aplikasi AXISnet.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah tersebut maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan responden mengenai persepsi kemudahan pada aplikasi AXISnet?
2. Bagaimana tanggapan responden mengenai kepercayaan pada aplikasi AXISnet?
3. Bagaimana tanggapan responden mengenai loyalitas pada aplikasi AXISnet?
4. Apakah terdapat pengaruh persepsi kemudahan terhadap loyalitas pada pengguna aplikasi AXISnet di Kota Bandung?
5. Apakah terdapat pengaruh persepsi kemudahan terhadap kepercayaan pada pengguna aplikasi AXISnet di Kota Bandung?
6. Apakah terdapat pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pada pengguna aplikasi AXISnet di Kota Bandung?
7. Apakah terdapat pengaruh persepsi kemudahan terhadap loyalitas melalui kepercayaan pada pengguna aplikasi AXISnet di Kota Bandung?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengkaji pengaruh kemampuan persepsi kemudahan dan kepercayaan terhadap loyalitas pada pengguna aplikasi AXISnet di Kota Bandung. Serta untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan sebagai bahan analisis yang dapat diajukan untuk memenuhi salah satu

syarat kelulusan sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen di Universitas Komputer Indonesia.

1.3.1 Maksud Penelitian

1. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai persepsi kemudahan pada aplikasi AXISnet
2. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai loyalitas pada aplikasi AXISnet
3. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai kepercayaan pada aplikasi AXISnet
4. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap loyalitas pada pengguna aplikasi AXISnet di Kota Bandung
5. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap kepercayaan pada pengguna aplikasi AXISnet di Kota Bandung
6. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pada pengguna aplikasi AXISnet di Kota Bandung
7. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap loyalitas melalui kepercayaan pada pengguna aplikasi AXISnet di Kota Bandung

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Praktis

Penulis mengharapkan hasil penelitian ini dapat berpengaruh positif dan transparan bagi perusahaan AXIS sebagai bahan pemecahan masalah dan sumbangan pikiran yang bermanfaat bagi masalah terkait dengan pengaruh persepsi

kemudahan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepercayaan pengguna AXISnet di kota Bandung.

1.4.2 Kegunaan Akademis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan memberikan pengaruh positif yaitu dengan menambah wawasan penulis terkait dengan ada atau tidak adanya pengaruh persepsi kemudahan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepercayaan pengguna AXISnet.

b. Bagi pengembangan ilmu pengetahuan

1. Penelitian ini diharapkan dapat membangun pengetahuan dan memfasilitasi berbagai masalah terutama dalam hal hubungan persepsi kemudahan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepercayaan pengguna AXISnet.
2. Hasil ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan bagi kemajuan akademis dan dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya.
3. Sebagai sumber dan bahan masukan bagi peneliti lain untuk menggali dan melakukan eksperimen lebih lanjut mengenai persepsi kemudahan, kepercayaan dan loyalitas pelanggan.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi dan waktu penelitian menjelaskan tentang tempat penulis melakukan penelitian dan waktu yang dibutuhkan penulis untuk bisa menyelesaikan penelitian

ini, disertai dengan tabel jadwal penelitian agar penelitian bisa diselesaikan tepat pada waktunya.

1.5.1 Lokasi Penelitian

Untuk memperoleh data dan informasi yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti maka penulis melakukan penelitian kepada pengguna aplikasi AXISnet. Atau mengunjungi objek layanan internet AXIS cabang kota bandung yang beralamat di Jalan. R.E. Martadinata No.7, Babakan Ciamis, Kec. Sumur Bandung, Kota Bandung, Jawa Barat 40117.

