

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang semakin pesat sehingga menyebabkan pola kehidupan masyarakat semakin berkembang dimana segala kegiatan dilakukan secara digital. Perkembangan ini membuat standar kehidupan masyarakat berubah juga sehingga membuat para pelaku usaha menyesuaikan dengan kebutuhan mereka. Adanya perubahan dalam standar kehidupan masyarakat membuat perusahaan mengeluarkan seluruh kemampuan dan strategi terbaiknya agar mampu bertahan dan memenangkan persaingan bisnis yang ada. Seluruh dunia bisnis saling berlomba-lomba untuk menciptakan produk yang memenuhi kebutuhan pelanggan. Adanya perkembangan ekonomi dalam kehidupan bermasyarakat mengakibatkan para pelaku industri jasa terus berubah dan selalu melakukan inovasi-inovasi berdasarkan tantangan bisnis saat ini (Jaya et al., 2021).

Peran pelaku usaha menjadi salah satu hal penting terhadap kepuasan pelanggan, dimana hal tersebut menjadi penentu keberhasilan suatu usaha. Pelanggan akan merasa puas apabila produk ataupun jasa yang dihadirkan oleh perusahaan dapat diterima dan mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan dari pelanggan. Hal ini dapat mengakibatkan keuntungan positif bagi perusahaan dikarenakan semakin puas pelanggan maka akan memunculkan loyalitas pelanggan (Esha and Pratama, 2021).

Kepuasan pelanggan merupakan berhasilnya suatu usaha karena dapat meningkatkan tingkat profitabilitas dan memperluas pangsa pasar dimana

perasaan puas yang akan menimbulkan rencana dalam pembalian ulang dan sebaliknya apabila pelanggan merasa tidak puas maka pelanggan akan merespon dengan tindakan mendiamkan saja atau dapat juga melakukan kompalain atas keluhan yang dirasakan (Riu and Hutami, 2023). Kepuasan pelanggan berkaitan erat dengan loyalitas pelanggan. Hal ini dikarenakan semakin puas pelanggan yang dirasakan terhadap produk atau jasa yang dtelah dirasakannya sehingga semakin loyal pelanggan tersebut terhadap perusahaan. Loyalitas merupakan komitmen yang dipegang secara mendalam untuk melakukan pembelian atau mendukung kemabli produk atau jasa yang disenanginya di masa depan walaupun terdapat pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi mengakibatkan pelanggan beralih (Sasongko, 2021).

Sebuah perusahaan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan yang pada akhirnya dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas pelanggan pada perusahaan yang mampu memberikan itu semua. Menciptakan sebuah kepuasan palanggan dapat melalui layanan dan inovasi yang dihadirkan oleh perusahaan kepada pelanggannya. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh fadhli dalam Indriyani dkk, (2023), yaitu pelayanan dan inovasi produk atau layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, artinya kualitas pelayanan akan memiliki dampak pada pelanggan sehingga nantinya akan berpengaruh pada *market share*.

Perusahaan sangat membutuhkan loyalitas pelanggan dikarenakan mempertahankan pelanggan lebih mudah dibandingkan menemukan pelanggan baru. Adanya loyalitas pelanggan memiliki dampak positif bagi perusahaan untuk mempertahankan eksistensinya. Selain itu, loyalitas

pelanggan juga memberikan keuntungan bagi perusahaan apabila pelanggan melakukan rekomendasi produk terhadap teman-temannya mengakibatkan munculnya pelanggan baru. Salah satu perusahaan yang membutuhkan hal tersebut yaitu XL.

XL merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang seluler atau data internet yang digunakan masyarakat untuk melakukan komunikasi dengan orang lain atau dunia luar. XL sendiri memiliki banyak sekali produk misalnya simcard dan data seluler. Banyak sekali perusahaan pesaing yang memberikan keuntungan yang berbeda dibandingkan dengan XL sehingga memerlukan loyalitas pelanggan sehingga mampu mempertahankan perusahaan dalam dunia bisnis saat ini.

Loyalitas pelanggan ditimbulkan oleh adanya kepuasan pelanggan terhadap produk atau jasa yang telah diterima pelanggan. Namun, kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya inovasi layanan dan kualitas produk. Inovasi layanan sendiri yaitu sebagai salah satu bentuk fasilitas yang ditawarkan, cara kerja yang baru dan diadopsi oleh perusahaan serta menggunakan teknologi lama yang diberikan kepada pelanggan untuk memberikan kepuasan kepada mereka (Prasetya et al., 2022).

Inovasi pelayanan merupakan hal baru yang diciptakan oleh perusahaan atau organisasi dalam proses pelayanannya. Inovasi pelayanan ini bertujuan untuk memperbaiki pelayanan yang disediakan oleh perusahaan untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggan sehingga dapat tercipta loyalitas pelanggan. Inovasi ini diadakan dikarenakan adanya perubahan zaman yang berkembang sangat pesat dari ilmu pengetahuan dan teknologi.

Hal ini dikarenakan adanya perubahan kebiasaan masyarakat dari era tradisional menuju era modernisasi (Pratami dkk, 2023:66).

Inovasi pelayanan disini pada perusahaan yang bergerak pada bidang jasa sangatlah perlu untuk dikembangkan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Jaya dkk (2021), yang menyatakan bahwa inovasi layanan berhubungan positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dikarenakan pembaharuan dalam menerapkan pelayanan dapat memudahkan pelanggan pada saat menggunakan layanan.

Selain inovasi layanan terdapat kualitas produk yang harus diperhatikan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. kualitas produk merupakan sebuah perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi prasyarat kebutuhan pelanggan atau menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhan pelanggan atau menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik (Sari, 2021).

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Inovasi Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pelanggan Provider XL di Sidoarjo”**.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah merupakan sebuah rumusan permasalahan yang diajukan oleh peneliti berdasarkan latar belakang diatas. Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti memiliki rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Inovasi Layanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pelanggan Provider XL di Sidoarjo secara parsial dan signifikan?
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pelanggan Provider XL di Sidoarjo secara parsial dan signifikan?
3. Apakah Inovasi Layanan dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pelanggan Provider XL di Sidoarjo secara simultan dan signifikan?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan sebuah harapan yang hendak dicapai dalam penelitian. Adapun tujuan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Untuk menguji Inovasi Layanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada pelanggan Provider XL di Sidoarjo secara parsial dan signifikan.
2. Untuk menguji Kualitas Produk berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pelanggan Provider XL di Sidoarjo secara parsial dan signifikan.
3. Untuk menguji Inovasi Layanan dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pelanggan Provider XL di Sidoarjo secara simultan dan signifikan.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan studi literature tentang inovasi layanan, kualitas produk dan loyalitas

pelanggan sehingga menambah wawasan bagi para pembaca. Selain itu, penelitian ini dapat memberikan tambahan wawasan dan teori tentang pemasaran administrasi bisnis.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan menambah referensi dan masukan pada peneliti tentang inovasi layanan, kualitas produk, dan loyalitas pelanggan. Selain itu, penelitian ini juga memberikan pengetahuan kepada peneliti tentang bagaimana caranya ketika ingin berwirausaha tentang loyalitas pelanggan.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan memberikan masukan kepada perusahaan tentang bagaimana meningkatkan inovasi layanan, kualitas produk, dan loyalitas pelanggan.

3. Bagi Pihak lain

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan literature bagi mahasiswa sehingga memberikan wawasan kepada mereka tentang inovasi layanan, kualitas produk, dan loyalitas pelanggan.

.