

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini, perkembangan teknologi semakin berkembang dengan pesat dikarenakan adanya perubahan teknologi. Dulu, berkomunikasi langsung tampak mustahil yang dipisahkan secara *face to face*, atau mengirim data dalam hitungan menit dianggap mustahil. Hal-hal yang di anggap mustahil, sekarang bisa dilakukan. Adanya perubahan teknologi tersebut, perpindahan sebuah informasi mulai dari ujung dunia sampai ujung dunia yang lain hanya dalam hitungan detik dengan biaya gratis. Oleh karena itu, sekarang bisa disebut era informasi.

Internet adalah ciri utama dimulainya era informasi. Orang-orang membicarakan internet yang seakan-akan tidak bisa lepas dari kata tersebut. Sebegitu manfaatnya untuk mendapatkan informasi, jurnal pendukung, dan juga informasi yang kita butuhkan ada semuanya.

Melihat pasar yang terbuka luas, wajar jika dimana-mana bermunculan warnet (Warung Internet). Jaringan telekomunikasi selular saat ini beramai-ramai menjarah pasar ini. Hal ini menjadi masalah yang cukup besar bagi pelaku yang membuka bisnis warnet. Persaingan antara warnet dengan warnet lain yang berada di kota-kota besar, dan juga persaingan dengan jaringan selular yang notabene semua orang memiliki (ponsel). Maka dalam menghadapi keadaan dan situasi

demikian, pemilik warnet harus cepat dalam mengambil keputusan supaya usaha yang sudah didirikannya bisa berkembang dengan baik.

Kualitas pelayanan merupakan suatu *profit strategy* untuk menarik minat kepada pelanggan baru, mempertahankan pelanggan dan menciptakan keunggulan. Warnet yang memprioritaskan kualitas pelayanan yang baik dapat berdampak pada loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan sebagai bentuk usaha dalam membuat kenyamanan terhadap pelanggan supaya pelanggan bisa mempunyai nilai lebih dari yang diharapkan. Harapan pelanggan merupakan salah satu faktor penting, kualitas pelayanan yang lebih dekat bagi loyalitas pelanggan akan memberikan harapan lebih. Dengan diberikan kualitas pelayanan yang lebih, maka secara tidak langsung loyalitas pelanggan akan terwujud.

Selain kualitas pelayanan, dengan adanya harga dapat juga mempengaruhi loyalitas pelanggan. Harga merupakan suatu faktor penting dalam meningkatkan minat pengunjung warnet. Banyak warnet mematok harga yang tidak sesuai mengakibatkan perusahaan tersebut bangkrut. Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan keadaan perekonomian pelanggan, supaya pelanggan tetap menggunakan jasa yang diberikan oleh warnet. Sedangkan untuk pelanggan, harga merupakan suatu bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan untuk memilih warnet mana yang akan dipilih. Karena harga yang ditawarkan mempengaruhi persepsi pelanggan untuk tetap menggunakan warnet. Menurut Walton (dalam Situmeang 2017), harga dan kualitas memiliki pengaruh yang tinggi terhadap loyalitas pelanggan, masih ada sedikit bukti empiris mengeksplorasi hubungan ini. Hal ini merupakan salah satu faktor yang kurang diperhatikan oleh pemilik warnet, sehingga pelanggan akan

berfikir ulang untuk kembali mengunjungi warnet tersebut dan akan merasa kurang puas setelah menggunakan jasa tersebut.

Saat ini, di Yogyakarta terdapat banyak sekali jumlah warnet terus bermunculan. Bahkan didaerah yang dekat dengan kampus UMY saja jumlah warnet bisa dikatakan cukup banyak. Dan berikut adalah daftar nama warnet yang berada di sekitar kampus UMY berdasarkan survei yang dilakukan oleh penulis:

Tabel 1. 1
Daftar Nama Warnet Sekitar Kampus UMY

Warnet	Alamat
Delta Zone	Jl. Gamping Kidul, RT.2/RW.18, Ambarketawang, Kec. Gamping, Kab. Sleman
Ilalang Warnet	Jl. Lkr, Sel., Geblagan, Tamantirto, Kec. Kasihan, Bantul
Pasifix	Jl. Ringroad Barat, Geblagan, Tamantirto, Kec. Kasihan, Bantul
Gama Candi Internet	Jl. Gamping, Ambarketawang, Kec. Gamping, Kab. Sleman
Prima Cybernet Internet	Jl. Rajawali, Gamping, Ambarketawang, Kec. Kasihan, Bantul
Emoticon Esports	Geblagan, Tamantirto, Kec. Kasihan, Bantul

Sumber : Hasil Survei Tanggal 12 Juni 2020

Berdasarkan data tersebut sudah terdapat 6 warnet di sekitaran kampus UMY.

Melihat banyaknya jumlah warnet tersebut membuat persaingan yang

kompetitif antara warnet yang satu dengan yang lain tidak bisa dihindarkan. Emoticon sebagai salah satu warnet yang berada di daerah UMY, seharusnya mulai menyadari persaingan tersebut. Mereka seharusnya mulai memperbaiki kualitas pelayanan yang mereka berikan kepada pelanggan sehingga, Emoticon dapat bersaing dengan warnet lainnya.

Perusahaan jasa seperti warnet seharusnya mempunyai rancangan strategi untuk mencapai tujuan dalam mempertahankan pelanggan dan setia terhadap produk jasanya yang tidak berwujud. Dengan persaingan saat ini yang semakin ketat, produk jasa yang tidak berwujud ini harus ditaruh di lokasi yang tepat dan menempatkan orientasi kualitas pelayanan sebagai tujuan utama agar bisa menarik hati pelanggan dan untuk membuat mereka loyal.

Dengan adanya pesaing yang cukup ketat, untuk mendapatkan dan mempertahankan pelanggan sangatlah susah, selain dari pelayanan yang berkualitas, lokasi dan harga juga mempunyai peran penting dalam membangun loyalitas pelanggan. (Basu, 2001), menjelaskan bahwa lokasi menunjukkan suatu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mejadikan produknya diperoleh dan tersedia bagi pelanggan. Berikut jumlah pelanggan pengguna di Emoticon Yogyakarta tahun 2017-tahun 2020 :

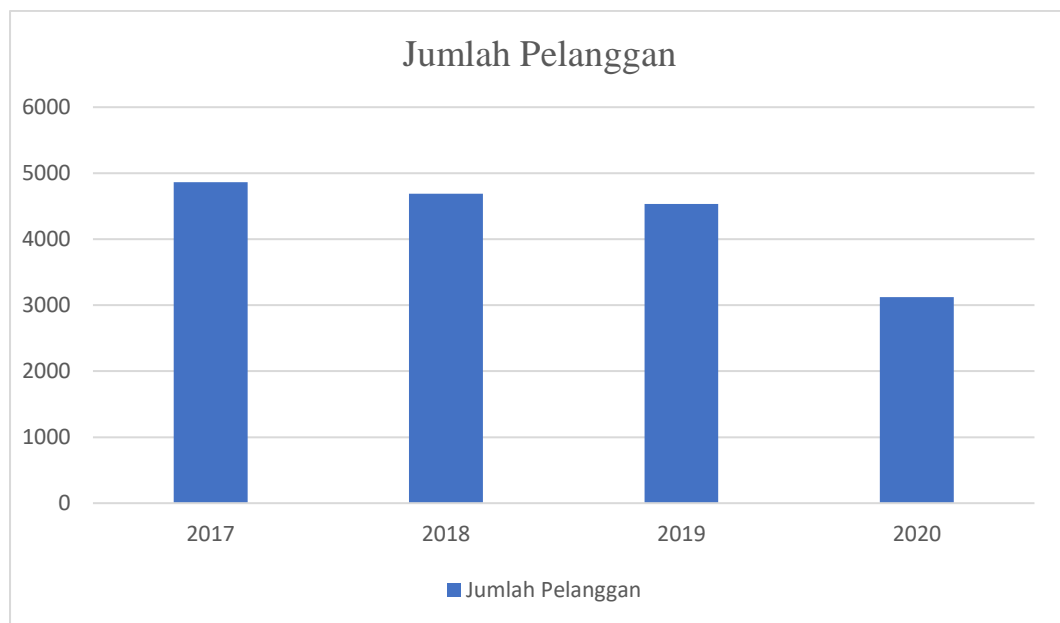
Tabel 1. 2
Data Jumlah Pengguna Jasa Warnet Emoticon
Periode Januari 2017 – Juni 2020

Tahun	Jumlah Pelanggan
2017	4865
2018	4689
2019	4534
2020	3121
	17214

Sumber: Warnet Emoticon Yogyakarta 2020

Berikut ini merupakan grafik pengunjung Warnet Emoticon:

Gambar 1. 1
Grafik Pengunjung Warnet Emoticon



Berdasarkan tabel di atas Warnet Emoticon Yogyakarta mengalami penurunan jumlah pelanggan di setiap tahunnya. Oleh karena itu, untuk mengetahui sebab tersebut dilakukan wawancara langsung dengan operator dari Warnet

Emoticon. Dalam wawancara, operator mengatakan bahwa banyak sebab warnet sepi, diantaranya adalah banyaknya pesaing warnet di sekitar Emoticon. Tetapi, meskipun penjualannya menurun loyalitas tetap terjaga.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, permasalahan yang dihadapi yaitu menurunnya jumlah ypelanggan dari tahun ke tahun. Perusahaan jasa seperti warnet mengharapkan untuk bisa terus meningkatkan jumlah pelanggan. Begitu juga dengan Warnet Emoticon terus berusaha untuk mempertahankan jumlah dan loyalitas pelanggan.

Penelitian ini replikasi dari penelitian Putra (2013) yang berjudul “Analisis Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Toko Sari Kaligawe, Semarang” Maka dari itu peneliti sangat tertarik untuk melakukan penelitian dengan berjudul “Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan, lokasi, dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Warnet Emoticon Yogyakarta.”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, maka masalah penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Warnet Emoticon Yogyakarta?
2. Apakah lokasi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Warnet Emoticon Yogyakarta?

3. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Warnet Emoticon Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini antara lain:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Warnet Emoticon Yogyakarta.
2. Untuk menguji pengaruh lokasi terhadap loyalitas pelanggan pada Warnet Emoticon Yogyakarta.
3. Untuk menguji pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pada Warnet Emoticon Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang membutuhkan informasi, antara lain sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Sebagai salah satu informasi teoritis dan empiris pada pihak yang melakukan penelitian lebih lanjut khususnya dalam bidang manajemen pemasaran mengenai pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan keberadaan

lokasi Warnet Emoticon terhadap loyalitas pengguna jasa internet Warnet Emoticon.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Digunakan untuk memperdalam mengenai variabel-variabel yang mempengaruhi loyalitas pelanggan.

b. Bagi Manajemen Warnet

Sebagai masukan dan pertimbangan bagi Warnet Emoticon Yogyakarta dalam mengambil keputusan strategi untuk meningkatkan jumlah pelanggan pada jangka panjang.

c. Bagi Pihak Lain

Sebagai salah satu bahan informasi dan dapat memberikan gambaran bagi penelitian selanjutnya pada bidang manajemen pemasaran.