

**PENGARUH FITUR (*FEATURES*) DAN TARIF (*FARE*) TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN KARTU INDOSAT PADA MAHASISWA
ADMINISTRASI BISNIS ANGKATAN 2009 REGULER 1 DAN REGULER 2
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS DIPONEGORO**

Ibnu Jatmiko, Nawazirul Lubis, Sari Listyorini

Abstract

Consumers loyalty affected by many factors, between features and fare. Based on problem in this research is decline of Indosat costumers amount at 2009 as much as 3,4 million costumers and Indosat's strongest competitors not experiencing this. This research purpose to find out whether have influences between features and fare on consumers loyalty.

This research used explanatory research type. Take 77 respondents as sample by saturated sample. Collecting data used questionnaire. Hypotheses tested by correlation coefficient, determination coefficient, t test, and F test.

Result this research show that features have positive influence and significant on consumers loyalty. Fare have positive influence and significant on consumers loyalty. Features and fare simultaneous have positive influences and significant on consumers loyalty.

For headmaster of Indosat proposed to develop features on Indosat's provider and establish affordable fare to keep consumers loyalty. Developing of features and establishing affordable fare be able to compete with the other provider. For next research need to research about factors be sides features and fare influences on consumers loyalty.

Keywords: Features, Fare, Consumers Loyalty

Abstrak

Loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh banyak faktor, diantaranya fitur dan tarif. Berdasarkan permasalahan yang ada dalam penelitian ini adalah penurunan jumlah pelanggan Indosat tahun 2009 yang cukup besar (3,4 juta pelanggan) dan penurunan ini tidak dialami oleh pesaing terkuat Indosat, yaitu Telkomsel dan XL. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara fitur dan tarif terhadap loyalitas pelanggan.

Tipe penelitian ini adalah *explanatory research*. Jumlah sampel yang diambil adalah 77 responden menggunakan sampel jenuh. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Pengujian hipotesis menggunakan koefisien korelasi, koefisien determinasi, uji t, dan uji F.

Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa fitur memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Tarif memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Fitur dan tarif secara bersama-sama (*simultan*) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Saran kepada Dirut Indosat untuk mengembangkan fitur yang ada pada provider Indosat dan menetapkan tarif yang terjangkau untuk mempertahankan loyalitas pelanggan. Pengembangan fitur dan penetapan tarif yang terjangkau dapat bersaing dengan provider lain. Untuk penelitian selanjutnya perlu dilakukan penelitian terhadap faktor-faktor selain fitur dan tarif yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci: Fitur, Tarif, Loyalitas Pelanggan

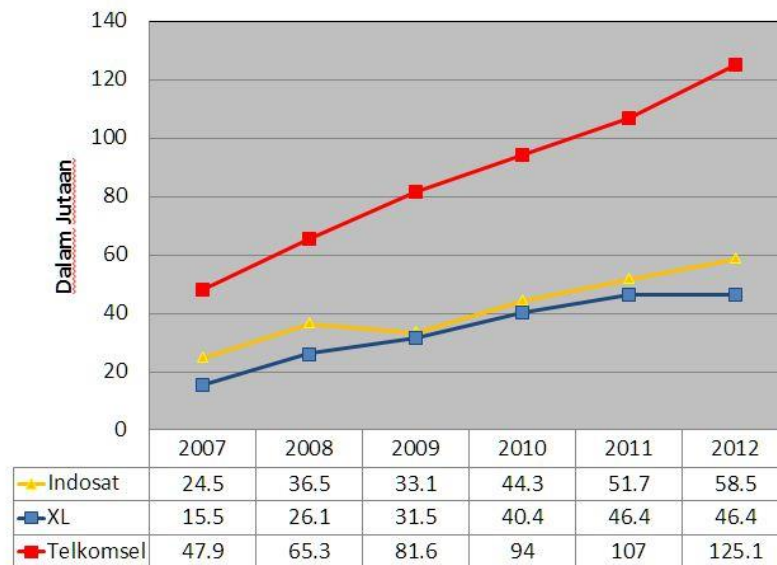
PENDAHULUAN

Teknologi komunikasi yang ada saat ini bukan hanya menjadi kebutuhan masyarakat, tetapi juga membuka peluang bisnis yang bagus. Bisnis dalam bidang teknologi komunikasi khususnya operator seluler terus meningkat dari tahun ke tahun. Disamping itu harga telepon seluler yang semakin murah saat ini mendukung makin berkembangnya bisnis operator seluler di Indonesia. Pasar bisnis seluler di Indonesia memang tampak sangat menggiurkan, sehingga para pelaku bisnis seluler ini begitu agresif berkompetisi memperebutkan pangsa pasarnya. Hal ini membuat sejumlah operator telekomunikasi mengalami pertumbuhan yang pesat dan terus melakukan usaha untuk menarik para konsumen baru serta menjaga loyalitas konsumennya. Di saat kompetisi yang ketat seperti ini perusahaan harus mempunyai strategi untuk mempertahankan konsumennya, sehingga konsumennya tidak beralih ke kompetitor yang menawarkan berbagai fitur dan tarif yang bervariasi.

PT. Indosat adalah perusahaan yang berstatus Penanaman Modal Asing (PMA) yang bergerak di bidang penyelenggaraan telekomunikasi internasional dan nasional. PT. Indosat menawarkan berbagai macam fitur untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan memberikan tarif yang disesuaikan dengan fitur yang digunakan pelanggan. Variasi fitur dan tarif yang sesuai dimaksudkan untuk menjaga loyalitas konsumennya agar tidak beralih ke provider lain. Indosat menempati posisi kedua pada pangsa pasar kartu seluler, tetapi pada tahun 2009 Indosat mengalami penurunan jumlah pelanggan secara drastis seperti yang dapat dilihat dari data jumlah pelanggan kartu seluler.

Gambar 1.1

Jumlah Pengguna Kartu Seluler 2007-2012



Sumber: Data diolah dari laporan tahunan Indosat, XL Axiata, dan Telkomsel

Grafik di atas menggambarkan bahwa jumlah pelanggan kartu Indosat mengalami fluktuasi, dan mengalami penurunan pada tahun 2009 yaitu sebanyak 3,4 juta pelanggan. Penurunan jumlah pelanggan tidak dialami oleh pesaing terkuat Indosat, yaitu Telkomsel dan XL. Hal tersebut menunjukkan bahwa ada masalah yang terjadi pada provider Indosat.

RUMUSAN MASALAH

Adapun masalah dari penelitian ini adalah menurunnya jumlah pelanggan kartu Indosat pada tahun 2009 ditengah kenaikan jumlah pelanggan kartu Indosat di tiap tahunnya selama 6 tahun terakhir dan penurunan jumlah pelanggan tidak dialami oleh pesaing terkuat Indosat, yaitu Telkomsel dan XL.

KAJIAN TEORI

Fitur (*Features*)

Fandy Tjiptono (2002: 103) mendefinisikan fitur adalah unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian. Fitur merupakan sarana kompetitif untuk membedakan produk suatu perusahaan dengan produk pesaingnya. Seperti yang dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong (2006: 226) bahwa “*Features are a competitive product for differentiating the company’s product from a competitors*”. Fitur identik dengan sesuatu yang unik, khas, dan istimewa yang tidak dimiliki oleh produk lainnya.

Tarif (*Fare*)

Menurut Fandy Tjiptono (1996: 45) tarif merupakan kualitas merek dari suatu jasa, dimana konsumen mempunyai anggapan bahwa tarif yang mahal biasanya mempunyai kualitas yang baik. Tarif merupakan pembebanan berupa uang yang harus dibayar untuk memperoleh suatu produk atau jasa yang akan digunakan. Besarnya tarif dipandang konsumen berdasarkan manfaat yang diperoleh dari produk tersebut.

Loyalitas Pelanggan

Menurut Griffin (1995: 132) loyalitas pelanggan adalah mesin penggerak kesuksesan suatu bisnis. Loyalitas yang dimaksud dalam penelitian ini adalah tindakan konsumen untuk terus melakukan pembelian atau penggunaan provider

Indosat. Loyalitas menurut Swastha (2000) adalah kondisi dimana konsumen memiliki sikap positif terhadap suatu merek, mempunyai komitmen pada merek tersebut dan bermaksud meneruskan pembelian atau penggunaan di masa yang akan datang.

Hubungan Fitur dengan Loyalitas Pelanggan

Fitur adalah alat untuk bersaing yang membedakan produk suatu perusahaan dengan produk lainnya. Fitur identik dengan sesuatu yang unik, khas, dan istimewa yang tidak dimiliki oleh produk lainnya.

Fitur adalah unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian (Fandy Tjiptono, 2002: 103). Semakin lengkapnya fitur, maka konsumen akan semakin loyal karena merasa kebutuhannya terpenuhi.

Hubungan Tarif dengan Loyalitas Pelanggan

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa konsumen akan menjadi loyal pada merek-merek berkualitas tinggi jika produk-produk ditawarkan dengan harga yang wajar (Swastha, 1999). Selain itu kepekaan pembeli terhadap harga berkurang jika produk dianggap lebih bermutu dan lebih bergensi (Kotler, 1996).

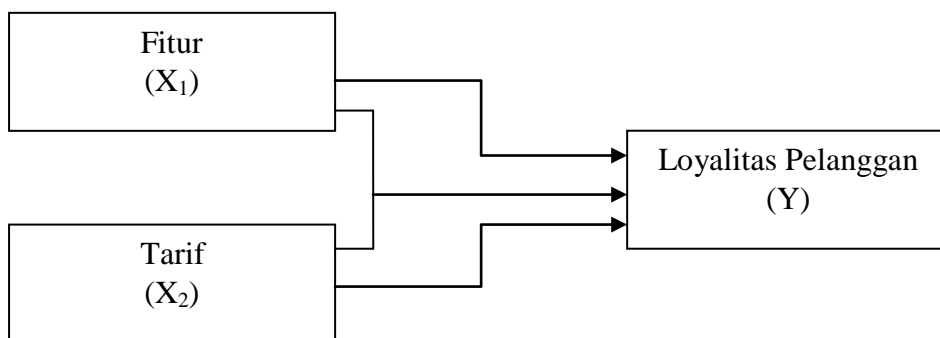
Dari sudut pandang konsumen, harga sering kali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang/jasa, dengan demikian pada tinggi harga tertentu, nilai suatu barang/jasa akan meningkat seiring meningkatnya manfaat yang dirasakan.

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah :

1. Diduga ada pengaruh positif dari fitur (*features*) (X_1) pada produk Indosat terhadap loyalitas pelanggan (Y).
2. Diduga ada pengaruh positif dari tarif (*fare*) (X_2) pada produk Indosat terhadap loyalitas pelanggan (Y).
3. Diduga ada pengaruh positif dari fitur (*features*) (X_1) dan tarif (*fare*) (X_2) pada produk Indosat terhadap loyalitas pelanggan (Y) secara simultan.

Adapun hipotetik model dapat kita lihat pada gambar berikut ini:

Gambar 1.1
Pengaruh Upah terhadap Kinerja Karyawan



METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian *explanatory* sesuai dengan tujuan utama dari penelitian ini yaitu menguji rumusan hipotesis penelitian untuk menjelaskan ada atau tidaknya pengaruh variabel fitur dan jaminan tarif terhadap loyalitas pelanggan.

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Administrasi Bisnis angkatan 2009 reguler 1 dan reguler 2 FISIP Universitas Diponegoro yang menggunakan provider Indosat, yakni berjumlah 77 mahasiswa. Dikarenakan jumlah populasi kurang dari 100, maka pada penelitian ini penulis menggunakan model sampel jenuh yakni mengambil seluruh populasi yang ada sebagai sampel.

Penelitian ini menggunakan data primer, yaitu data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti dan langsung dari objeknya dan diambil berdasarkan *field research*. Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari responden, yaitu mahasiswa Administrasi Bisnis angkatan 2009 reguler 1 dan reguler 2 FISIP Universitas Diponegoro yang menggunakan provider Indosat dengan cara survei menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data.

Analisis data berdasarkan kuesioner yang diberikan kepada mahasiswa Administrasi Bisnis angkatan 2009 reguler 1 dan reguler 2 FISIP Universitas Diponegoro yang menggunakan provider Indosat sebanyak 77 kuesioner diproses menggunakan program SPSS (*Statistical Program for Social Science*) For Windows versi 15.0.

HASIL PENELITIAN

Pengaruh Fitur terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 1.1, dapat dilihat hasil koefisien determinasi variabel fitur terhadap variabel loyalitas pelanggan (*R Square*) sebesar 0,758. Hal ini berarti 75,8% variabel loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh

variabel fitur. Sedangkan sisanya ($100\% - 75,8\% = 24,2\%$) dijelaskan oleh faktor lain, selain faktor fitur.

Tabel 1.1

Model Summary

Model	R	R Square	T
1	,871 ^a	,758	15,329

a. Predictors: (Constant), Fitur

Signifikansi variabel fitur adalah sebesar 0,000. Karena probabilitas variabel fitur tersebut dibawah 0,05 (5%) maka koefisien regresi dari fitur adalah signifikan, sedangkan t hitung (15,329) lebih besar daripada t tabel (1,665) maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti bahwa fitur berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Pengaruh Tarif terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 1.2, dapat dilihat hasil koefisien determinasi variabel tarif terhadap loyalitas pelanggan (*R Square*) sebesar 0,717. Hal ini berarti 71,7% variabel loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel tarif. Sedangkan sisanya ($100\% - 71,7\% = 28,3\%$) dijelaskan oleh faktor lain, selain faktor tarif.

Tabel 1.2

Model Summary

Model	R	R Square	t
1	,847 ^a	,717	13,790

a. Predictors: (Constant), Tarif

Signifikansi variabel tarif adalah sebesar 0,000. Oleh karena probabilitas variabel tarif tersebut lebih kecil dari 0,05 (5%) maka koefisien regresi dari tarif adalah signifikan, sedangkan t hitung (13,790) lebih besar daripada t tabel (1,665) maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti bahwa tarif berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Pengaruh Fitur dan Tarif terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan tabel 1.3, dapat dilihat hasil koefisien determinasi variabel fitur dan variabel tarif terhadap loyalitas pelanggan (*R Square*) sebesar 0,783. Hal ini berarti 78,3% variabel loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel fitur dan tarif. Sedangkan sisanya ($100\% - 78,3\% = 21,7\%$) dijelaskan oleh faktor lain selain faktor fitur dan tarif.

Tabel 1.3

Model Summary

Model	R	R Square	F
1	,885 ^a	,783	133,286

a. Predictors: (Constant), Fitur, Tarif

Berdasarkan uji Anova atau uji F, maka dapat diperoleh F hitung sebesar 133,286 dengan tingkat signifikansi 0,000.

1. F_{tabel} pada tingkat signifikansi 0,05 dengan df 1 ($k-1 = 3 - 1 = 2$) dan df 2 ($n-k$) atau $77 - 3 = 74$. Hasil yang diperoleh F_{tabel} adalah 3,12. Maka $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$, yakni $133,286 > 3,12$, maka H_0 ditolak.

2. $H_a : \beta_1 \neq \beta_2 \neq 0$, (**Ho ditolak atau Ha diterima**) artinya fitur (X_1) dan tarif (X_2) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y).

PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, fitur yang digunakan oleh perusahaan sesuai dan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini memperlihatkan kemampuan fitur terhadap loyalitas pelanggan sebesar 75,8%, sedangkan sisanya 24,2% dipengaruhi oleh faktor lain. Dapat disimpulkan bahwa penelitian ini memberikan sumbangan teori bahwa fitur berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Dalam penelitian ini, tarif yang diberikan perusahaan sesuai dan berpengaruh positif dan signifikan pada loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini memperlihatkan kemampuan tarif terhadap loyalitas pelanggan sebesar 71,7%, sedangkan sisanya 28,3% dipengaruhi oleh faktor lain. Dapat disimpulkan bahwa penelitian ini memberikan sumbangan terhadap teori bahwa tarif berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Dalam penelitian ini variabel fitur dan variabel tarif secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini memperlihatkan kemampuan fitur dan tarif sebesar 78,3% sedangkan sisanya 21,7% dipengaruhi oleh faktor lain. Dapat disimpulkan bahwa penelitian ini memberikan sumbangan terhadap teori bahwa fitur dan tarif secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil penelitian kepada 77 responden berkaitan dengan variabel fitur dan tarif terhadap loyalitas pelanggan kartu Indosat dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil uji statistik dan uji t diketahui bahwa fitur berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dimana pengaruh yang diberikan variabel fitur terhadap loyalitas pelanggan adalah sebesar 75,8%.
2. Dari hasil uji statistik dan uji t diketahui bahwa tarif berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dimana pengaruh yang diberikan variabel tarif terhadap loyalitas pelanggan adalah sebesar 71,7%.
3. Dari hasil uji statistik dan uji F diketahui bahwa fitur dan tarif secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dimana pengaruh yang diberikan variabel fitur dan tarif terhadap loyalitas pelanggan adalah sebesar 78,3%.

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai berikut:

1. Perusahaan perlu mengembangkan fitur yang ada pada provider Indosat untuk mempertahankan loyalitas pelanggan. Karena fitur yang lengkap dan mudah operasionalnya akan membuat pelanggan terus menggunakan produk tersebut sehingga menimbulkan loyalitas pelanggan..
2. Pertimbangan utama perusahaan dalam menetapkan tarif harus terjangkau dan sesuai dengan fitur yang disediakan. Diperlukan juga variasi tarif agar sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Dengan pertimbangan tarif yang

terjangkau serta adanya variasi tarif, pelanggan akan merasa apa yang yang dikeluarkan untuk mendapat layanan tersebut sudah sesuai. Dengan begitu pelanggan akan terus menggunakan produk tersebut sehingga menimbulkan loyalitas pelanggan.

3. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut terhadap faktor-faktor selain fitur dan tarif terhadap loyalitas pelanggan Indosat.
4. Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk mencari ruang lingkup populasi yang berbeda dan lebih luas dari populasi dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Griffin, Jill. (2002). *Customer Loyalty : How to Earn It, How to Keep It*. Singapore: Lexington Books, The Free Press.
- Kotler, Philip. (1996). *Manajemen Pemasaran Jilid I ed.12*, Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2006). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- Swasta, Basu. (1999). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- _____. (2000). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, Fandy. (1996). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- _____. (2002). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.