

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Di era globalisasi teknologi semakin berkembang dan manusia terus mencari segala sesuatu yang mudah di dapatkan, salah satunya adalah sebuah informasi. Pada saat ini, informasi bisa di dapatkan dengan mudah, informasi dapat diakses melalui internet di *smartphone*.



**Gambar 1. 1 Penetrasi Pengguna Internet 2018**

**Sumber : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII)**

Dari gambar diatas dapat diketahui bahwa ada 171,17 juta pengguna internet Indonesia di tahun 2018. Bila berbicara segi umur, maka pengguna internet tersebut dikuasai oleh remaja, dimana pada usia 10-14 tahun mempunyai penetrasi mencapai 66,2%. Internet merupakan sarana informasi yang sangat dibutuhkan sebagian orang terutama bagi kalangan pelajar. Dari hasil observasi ke salah satu kelas sebagian siswa-siswi SMP Wiyata Dharma menggunakan internet untuk mencari informasi, dan sebagian siswa menggunakan internet untuk menonton *streaming*, *gaming*, mengakses jejaring sosial media, media sosial sudah menjadi trend dan hal wajib yang harus dimiliki oleh pelajar pada saat ini [1]. Oleh karena itu internet memiliki pengaruh besar kepada pelajar, atas ilmu dan pandangan dunia, pengguna di seluruh dunia mempunyai

akses internet yang mudah atas bermacam-macam informasi dibanding dengan buku dan perpustakaan. Dengan adanya perkembangan teknologi tersebut, maka banyak bermunculan operator penyedia internet yang menawarkan berbagai layanan internet, karena melihat tingginya kebutuhan manusia akan internet. Saling bersaing untuk mendapatkan konsumen membuat perusahaan berlomba-lomba untuk melakukan inovasi dan kreatif agar bisa bertahan dan menjadi yang paling unggul.

Telkomsel sebagai salah satu operator telekomunikasi yang sudah berdiri sejak tahun 1995 secara konsisten melayani konsumen dengan terus mengedepankan kenyamanan dalam berkomunikasi. Saat ini Telkomsel adalah operator selular terbesar di Indonesia dengan 177,9 juta pelanggan tetapi mengalami penurunan sebesar 5,7% pada Semester I-2019 menjadi 167,8 juta pelanggan. Jumlah pelanggan layanan data di jaringan Telkomsel juga mengalami penurunan sebesar 17,4% dari 134,7 juta pelanggan menjadi 111,2 juta pelanggan. Telkomsel menggelar 204.198 *Base Transceiver Station* (BTS) [2].

Kepuasan Pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya [3]. Mencapai tingkat kepuasan pelanggan tertinggi adalah tujuan utama dalam pemasaran. Kepuasan Pelanggan merupakan kunci keberhasilan suatu perusahaan terhadap produk yang dijual. Kepuasan Pelanggan dapat dilihat dari produk yang dijual ke pelanggan, jika produknya bagus sesuai dengan harapan pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas atas produk tersebut. Adapun indikator kepuasan pelanggan yaitu : kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, kesediaan merekomendasi.

Hal yang perlu diperhatikan dalam mempertahankan kepuasan pelanggan adalah kualitas produk. Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut pokok lainnya [4]. Kualitas produk harus memiliki daya tarik bagi pelanggan untuk menimbulkan minat beli, dengan adanya hubungan timbal balik antara perusahaan penyedia produk

dengan masyarakat, agar perusahaan dapat mengetahui keinginan dari masyarakat dan penilaian dari masyarakat terhadap produknya. Adapun indikator kualitas produk yaitu : kinerja (*performance*), kehandalan (*reliability*), daya tahan (*durability*).

Telkomsel memiliki keunggulan dalam hal kecepatan pengunduhan (*download*) dan pengunggahan (*upload*) di jaringan internet 4G LTE dibandingkan dengan operator lain. Berikut detail nilai masing-masing kecepatan internet 4G pada lima operator selular di Indonesia.

**Tabel 1. 1 Kecepatan Download & Upload di Jaringan 4G LTE**

Kecepatan Download		Kecepatan Upload	
Telkomsel	9,8 Mbps	Telkomsel	3,7 Mbps
XL Axiata	7,4 Mbps	XL Axiata	3,4 Mbps
Smartfren	4,5 Mbps	Smartfren	1,2 Mbps
Tri	5,2 Mbps	Tri	3,1 Mbps
Indosat Ooredoo	4,8 Mbps	Indosat Ooredoo	2,5 Mbps

Sumber : [tekno.kompas.com](http://tekno.kompas.com)

Dari data diatas dapat dilihat bahwa Telkomsel menjadi operator dengan raihian nilai tertinggi dari lima parameter pengukuran yang diujikan, yakni kecepatan *download*, kecepatan *upload*, *latency* dan pengalaman video [5].

Harga adalah nilai tukar atas manfaat dari barang atau jasa yang diperoleh. Harga suatu barang atau jasa merupakan penentu bagi permintaan pasar dan merupakan salah satu elemen penting bagi perusahaan dalam melakukan strategi pemasaran. Harga adalah jumlah uang (ditambah produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya [6]. Kebijakan harga bersifat sementara, artinya produsen harus mengikuti perkembangan harga di pasar dan harus mengetahui posisi pasar secara keseluruhan. Adapun indikator harga yaitu : keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat produk, daya saing harga.

**Tabel 1. 2 Perbandingan Harga antar Paket Internet**

Paket Internet AS	Paket Internet Simpati	Paket Internet XL Axiata	Paket Internet Indosat
1. Paket Internet 5 GB (Rp 54.000) Paket Internet yang terdiri dari 5 GB dan masa aktif berlaku sampai 7 hari	1. Paket Internet 5 GB (Rp 49.000) Paket Internet yang terdiri dari 5 GB dan masa aktif berlaku sampai 7 hari.	1. Paket Internet XTRA Combo 5GB+5GB (Rp 59.000) Paket Internet yang terdiri dari 5GB kuota Internet, 5GB Kuota Youtube, 20 menit nelepon ke semua operator dan masa aktif berlaku sampai 30 hari.	1. Paket Internet Yellow 5 GB (Rp 12.000) Paket Internet yang terdiri dari kuota utama : 1 GB, kuota malam : 4 GB dan masa aktif berlaku sampai 7 hari.
2. Paket Internet 15 GB (Rp 68.000) Paket Internet yang terdiri dari 15 GB masa aktif berlaku sampai 7 hari.	2. Paket Internet 15 GB (Rp 115.000) Paket Internet yang terdiri dari 15 GB, videomax 2 GB dan masa aktif berlaku sampai 30 hari.	2. Paket Internet XTRA Combo 15GB + 15GB (Rp 129.000) Paket Internet yang terdiri dari 15GB kuota Internet, 15GB Kuota Youtube, 40 menit nelepon ke semua operator dan masa aktif berlaku sampai 30 hari.	2. Paket Internet Freedom Internet 25 GB (100.000) Paket Internet yang terdiri dari 25 GB kuota Internet dan masa aktif berlaku sampai 30 hari.
3. Paket Internet Combo OMG 32 GB (Rp 171.000) Paket Internet yang terdiri dari 30 GB, videomax 2 GB, telepon 600 menit dan masa aktif berlaku sampai 30 hari.	3. Paket Internet Combo OMG 30 GB (Rp 174.000) Paket Internet yang terdiri dari 28 GB, videomax 2 GB, telepon 600 menit dan masa aktif berlaku sampai 30 hari.	3. Paket Internet XTRA Combo VIP 35GB + 35GB (Rp 249.000) Paket Internet yang terdiri dari 35GB kuota Internet, 35GB Kuota Youtube, 90 menit nelepon ke semua operator dan masa aktif berlaku sampai 30 hari.	3. Paket Internet Freedom Combo 30 GB (Rp 100.000) Paket Internet yang terdiri dari kuota utama 24 jam : 16 GB, kuota Lokal 24 jam : 8 GB, kuota malam : 6 GB, telpon 60 menit dan masa aktif berlaku sampai 30 hari.

Sumber : MyTelkomsel dan MyXL

Dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa harga yang ditawarkan XL Axiata lebih murah dibandingkan dengan Telkomsel. Walaupun harga internet XL lebih murah dibanding Telkomsel, Telkomsel memiliki kualitas produk yang baik dibanding operator pesaing, fenomenanya dari hasil wawancara dengan salah satu siswa-siswi SMP Wiyata Dharma, mereka mengatakan bahwa mereka sangat membutuhkan kuota internet yang banyak dengan harga yang murah dan sinyal yang dapat dijangkau dimana pun. Oleh karena itu siswa-siswi SMP Wiyata Dharma ragu untuk memilih kartu internet. Ketika mati lampu kartu Telkomsel dapat mengakses internet dengan cepat dan stabil dibandingkan kartu XL yang jaringannya buruk ketika mati lampu. Hal ini disebabkan karena *Base Transceiver Station (BTS)* XL tidak dilengkapi dengan genset akibatnya, ketika cadangan daya di satu *Base Transceiver Station (BTS)* sudah mati, maka jaringan daerah yang dilayani *Base Transceiver Station (BTS)* tersebut diahlikan ke *Base Transceiver Station (BTS)* yang lebih jauh [7]. Oleh sebab itu, Telkomsel mampu menjadi operator telekomunikasi dengan jumlah pengguna terbesar di Indonesia.

Selain harga, hal yang perlu diperhatikan dalam mempertahankan kepuasan pelanggan adalah kualitas layanan. Kualitas layanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan apapun [8]. Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas layanan yaitu *Tangibles* (Berwujud), *Reliability* (Kehandalan), *Responsiveness* (Ketanggapan), *Assurance* (Jaminan) dan *Empathy* (Empati). Telkomsel menerapkan berbagai layanan, berupa akses layanan call center 24 jam, melalui website [www.telkomsel.com](http://www.telkomsel.com) dan layanan *self care* dimana memudahkan pelanggan dalam memperoleh informasi sekaligus mengaktifkan fitur layanan favorit secara mandiri, tanpa bantuan petugas pelayanan Telkomsel [9].

Selain kualitas pelayanan, promosi juga berperan penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Menurut Daryanto, Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dapat mengarahkan organisasi atau seseorang untuk menciptakan transaksi antara pembeli dan penjual [10]. Adapun beberapa alat promosi yang

dipertimbangkan antara lain : promosi penjualan, periklanan, tenaga penjualan , hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung. Promosi yang dilakukan Telkomsel adalah promosi penjualan, promosi penjualan yang berupa potongan harga internet. Misalnya pada tanggal 17 Agustus Telkomsel memberikan promo potongan harga internet yang lumayan menarik, seperti contoh paket internet 50 GB Rp 50.000 berlaku selama 7 hari.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka penulis melakukan penelitian **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Internet Telkomsel AS dan Simpati Pada Siswa-Siswi SMP Wiyata Dharma”** sebagai judul tugas akhir.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna internet Telkomsel AS dan Simpati?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna internet Telkomsel AS dan Simpati?
3. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna internet Telkomsel AS dan Simpati?
4. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna internet Telkomsel AS dan Simpati?
5. Apakah kualitas produk, harga, kualitas layanan, dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pengguna internet Telkomsel AS dan Simpati?

## **1.3. Ruang Lingkup**

Agar penelitian lebih fokus, pelaksanaan penelitian dibatasi dan difokuskan pada pembahasan mengenai “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Internet Telkomsel AS dan Simpati (Studi Kasus Pada Siswa-Siswi SMP Wiyata Dharma).

1. Variabel bebas : Kualitas Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), Kualitas Layanan ( $X_3$ ) dan Promosi ( $X_4$ )
2. Variabel terikat : Kepuasan Pelanggan ( $Y$ )
3. Subjek penelitian : Internet Telkomsel AS dan Simpati
4. Objek penelitian : Siswa-Siswi SMP Wiyata Dharma
5. Tahun penelitian : Tahun 2019

#### 1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu :

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk terhadap kepuasan pelanggan pengguna internet Telkomsel AS dan Simpati.
2. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Harga terhadap kepuasan pelanggan pengguna internet Telkomsel AS dan Simpati.
3. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Layanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna internet Telkomsel AS dan Simpati.
4. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Promosi terhadap kepuasan pelanggan pengguna internet Telkomsel AS dan Simpati.
5. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Layanan dan Promosi terhadap kepuasan pelanggan pengguna internet Telkomsel AS dan Simpati.

#### 1.5. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber referensi untuk penelitian berikutnya dalam bidang manajemen pemasaran yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan pengguna internet Telkomsel AS dan Simpati.

## 2. Manfaat Praktis

Bagi Telkomsel, dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam memecahkan masalah dalam meningkatkan kepuasan pelanggan yang berkaitan dengan kualitas produk, harga, kualitas layanan dan promosi.

### 1.6. Originalitas Penelitian

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar TRI di Kelurahan Wawalintouan Tondano Barat” [11].

Perbedaannya dengan penelitian terdahulu adalah :

- a) Variabel Independen, dimana penelitian terdahulu menggunakan variabel Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan, sedangkan pada penelitian ini, peneliti menambahkan satu variabel yaitu Promosi, karena promosi adalah koordinasi dari seluruh upaya yang dimulai pihak penjual untuk membangun berbagai saluran informasi dan persuasi untuk menjual barang dan jasa atau memperkenalkan suatu gagasan [12].
- b) Penelitian terdahulu menggunakan objek dan responden “Kelurahan Wawalintouan Tondano Barat”, sedangkan peneliti sekarang menggunakan objek dan responden “Siswa-Siswi SMP Wiyata Dharma.”
- c) Periode penelitian terdahulu adalah tahun 2015 sedangkan periode penelitian sekarang adalah tahun 2019-2020.