BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pada perkembangan zaman saat ini, perkembangan teknonolgi informasi dan komunikasi semakin meningkat pesat. Banyak kemudahan-kemudahan yang ditimbulkan dari adanya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi baik secara langsung maupun tidak langsung. Perkembangan tersebut disambut positif oleh masyarakat Indonesia yang juga merasakan banyak keuntungan dengan adanya teknonologi informasi dan komunikasi karena dengan perkembangan tersebut dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi kerja dalam berbagai bidang kehidupan. Salah satu teknologi informasi dan komunikasi yang berkembang di Indonesia adalah internet (Aulijaa, 2020).

Kamus Besar Bahasa Indonesia menyatakan internet adalah jaringan komunikasi elektronik yang menghubungkan jaringan komputer dan fasilitas komputer yang terorganisasi di seluruh dunia melalui teloepon atau satelit. Internet sangat dibutuhkan oleh masyarakat, karena mampu mengakses apapun yang diinginkan bisa lebih efektif dan efesien. Adanya internet membuat setiap orang dapat mengetahui informasi dari segala penjuru dunia, dan koneksi inetrnet menjadi sangat penting bagi dunia bisnis dan dunia usaha karena akan membantu memudahkan setiap urusan dalam bidang tersebut (Aulijaa, 2020).

Di Indonesia sendiri, internet menjadi suatu kebutuhan bagi masyarakatnya karena perannya yang sangat penting mulai dari pertukaran data informasi sampai

http://repository.unimus.ac.id

akses komunikasi dengan banyak orang. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyatakan hampir 197 juta atau 74% populasi Indonesia menggunakan internet di tahun 2020, dimana jumlah tersebut naik 8,9% dibandingkan 2019. Hal ini menunjukkan bahwa penguna internet sudah hampir merata di seluruh Indonesia, termasuk di Kota Semarang.

Saat ini di Kota Semarang internet tidak lagi hanya ada di warung internet (warnet) saja, melainkan sudah banyak orang memasang internet di rumah. Semakin banyak masyarakat Kota Semarang yang tertarik untuk memasang internet sendiri dirumah, maka akan semakin meningkat persaingan dalam dunia industri telekomunikasi. Hal ini dapat dilihat dengan semakin banyaknya provider atau perusahaan penyedia layanan atau jasa internet di Kota Semarang, seperti MNC Play, Bizanet, First Media, G Media, Republik, dan IndiHome.

IndiHome merupakan salah satu produk yang diluncurkan oleh PT. Telkom Indonesia yang mendominasi industri telekomunikasi di Indonesia. IndiHome merupakan produk unggulan dari PT. Telkom Indonesia yang diluncukan pada awal tahun 2015 untuk menggantikan Brand Speedy yang telah dihilangkan oleh perusahaan tersebut. Pergantian Brand Speedy ke IndiHome diharapkan akan memberikan fasilitas, kenyamanan serta kepuasan yang lebih terjamin. Indihome hadir dengan kecepatan akses mulai dari 10Mbps sampai 100Mbps TV Cable dan lainnya yang lebih dikenal dengan Triple Play (Alimansyah., dkk, 2017).

PT. Telkom Indonesia Cabang Semarang juga selalu menawarkan produk IndiHome agar dapat memberikan kemudahan dalam mengakses internet dengan kecepatan akses yang dipercaya cukup tinggi, sehingga membuat masyarakat Kota

http://repository.unimus.ac.id

Semarang tertarik untuk menggunakannya. Permasalahan yang dihadapi oleh PT. Telkom Indonesia Cabang Semarang saat ini adalah semakin banyak penyedia layanan jasa internet yang masuk di Kota Semarang dengan menawarkan harga yang lebih kompetetif serta produk internet yang lebih bervariatif. Oleh karena itu, sudah seharusnya PT. Telkom Indonesia Cabang Semarang dengan produk IndiHome nya mampu bersaing dengan penyedia jasa lainnya, dan menjadi pilihan masyarakat Semarang untuk memenuhi kebutuhan akan produk layanan internet.

Pada kondisi persaingan seperti saat ini, PT. Telkom Indonesia Cabang Semarang terus berupaya mendapatkan pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang lama. Oleh karena itu, dengan menyadari adanya peran penting dari pelanggan dalam kemajuan perusahaan, maka salah satu cara yang dilakukan oleh PT.Telkom Indonesia Cabang Semarang adalah dengan meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini sangat disadari oleh PT. Telkom Cabang Semarang yang memberikan jasa pelayanan internet sehingga dituntut untuk secara terus menerus meningkatkan kualitas dari produk IndiHome yang diberikan.

Kepuasan pelanggan ditunjukkaan dengan tingkat dimana kinerja yang dirasakan dari suatu produk sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Kotler dan Arsmtrong, 2012). Tingkat kepuasan pelanggan dapat mencerminkan tingkat keberhasilan perusahaan dalam memasarkan produk atau jasanya. Produk ataupun jasa akan menjadi tidak berhasil jika tidak mampu memberikan kepuasan bagi pelanggannya, dengan kata lain suatu produk atau jasa yang mampu memberikan kepuasan bagi pelanggan adalah produk jasa yang berhasil. Untuk menciptakan kepuasan pelanggan bukanlah hal yang mudah, mengingat persaingan saat ini,

http://repository.unimus.ac.id

serta perubahan lingkungan sosial yang mempengaruhi perilaku konsumen dan juga tingkat pertumbuhan ekonomi yang semakin tinggi (Alimansyah., dkk, 2017). Perusahaan harus dapat mengetahui faktor-faktor yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, seperti kualitas pelayanan, persepsi harga, dan promosi.

Kualitas pelayanan menunjukkan seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima (Lupiyoadi, 2013). Sebagai penyedia jasa internet IndiHome, sudah seharusnya bagi PT. Telkom Indonesia Cabang Semarang harus memberikan produk jasa yang berkualitas tinggi. Hal ini dilakukan agar tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggannya terus meningkat, sehingga dapat mengurangi rasa kecewa dari pelanggan setelah memutuskan untuk menggunakan jasa layanan IndiHome.

Faktor berikutnya selain kualitas pelayanan, persepsi harga juga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Persepsi harga adalah bagaimana informasi harga dapat dipahami oleh pelanggan dan juga membuat berarti bagi pelanggan (Peter dan Olson, 2013). Harga menjadi salah satu faktor yang sangat diperhatikan oleh calon konsumen sebelum mereka membeli atau menggunakan produk jasa. Oleh karena itu, PT. Telkom Indonesia Cabang Semarang harus dapat menetapkan harga layanan IndiHome yang baik, sesuai dengan kualitas dan manfaat yang diterima pelanggan, sehingga akan menciptakan persepsi harga yang positif dan dapat berdampak pada kepuasan pelanggan yang meningkat.

Faktor selanjutnya yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan adalan promosi yang dilakukan perusahaan. Promosi merupakan komunikasi yang memberikan penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang produk dan

http://repository.unimus.ac.id

jasa (Alma, 2016). Perusahaan harus gencar melakukan promosi agar calon konsumen merasa tertarik, dan perusahaan juga harus dapat mewujudkan promosi yang sudah ditawarkan kepada pelanggan agar mereka merasa puas. Sebagai penyedia jasa internet IndiHome, PT. Telkom juga harus menerapkan promosi agar pelanggannya merasa lebih puas dengan menggunakan layanan IndiHome.

PT. Telkom Semarang sampai saat ini berupaya untuk terus meningkatkan pelanggan pengguna jasa IndiHome. Hal ini dikarenakan dengan jumlah yang pelanggan meningkat, maka keuntungan perusahaan juga akan meningkat. Akan tetapi, meningkatkan jumlah pelanggan setiap bulan bukan merupakan hal mudah, mengingat banyaknya pilihan layanan internet yang tumbuh di Kota Semarang. Berikut ini jumlah pelanggan pengguna layanan IndiHome di Kota Semarang:

Tabel 1.1

Jumlah Pengguna IndiHome di Kota Semarang Tahun 2020

No	Bulan	Jumlah Pelanggan	Perubahan
1	Januari	2294	
2	Februari	2145	-6.50%
3	Maret	3416	59.25%
4	April	5481	60.45%
5	Mei	4009	-26.86%
6	Juni	3996	-0.32%
7	Juli	5155	29.00%
8	Agustus	4421	-14.24%
9	September	3548	-19.75%
10	Oktober	2851	-19.64%
	Jumlah	37316	

Sumber : PT. Telkom Indonesia Cabang Semarang, 2021.

Dari tabel diatas, menunjukkan bahwa jumlah pengguna layanan IndiHome di Kota Semarang adalah fluktuatif. Jumlah paling banya serta kenaikan paling besar terjadi pada bulan April 2020 yaitu sebanyak 5481 pengguna dan pada saat bulan tersebut mengalami peningkatan sebesar 60,45%. Hal ini dikarenakan pada

http://repository.unimus.ac.id

bulan tersebut banyak diterapkan Work From Home dari perusahaan atau instansi pemerintahan, serta mulai belajar online atau daring (dalam jaringan). Sehingga jumlah pengguna layanan IndiHome meningkat. Pada tiga bulan terakhir, jumlah pengguna layanan IndiHome terus menurun. Hal ini tentu saja menjadi masalah bagi IndiHome yang berupaya untuk memenangkan persaingan dengan penyedia layanan internet lain di Kota Semarang.

Permasalahan bagi PT. Telkom Cabang Semarang berkaitan kepuasan pelanggan adalah dengan munculnya keluhan-keluhan dari pelanggan selama menggunakan jasa IndiHome. Adanya keluhan menunjukkan bahwa tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan belum optimal, sehingga menjadi suatu keharusan bagi PT. Telkom untuk mengatasi keluhan-keluhan agar tidak berlarut-larut sehingga akan semakin menurunkan kepuasan pelanggan. Keluhan-keluhan dari pelanggan pengguna jasa IndiHome di Kota Semarang sebagai berikut:

Tabel 1.2

Jumlah Keluhan-Keluhan Pelanggan Penguna IndiHome di Kota Semarang Tahun 2020

No	Jenis Keluhan	Jumlah
1	Tidak Bisa Koneksi	17.556
2	2P / 3P Mati Total	14.539
3	Lambat	10.943
4	Intermitten / Putus-Putus	2.693
5	Sharing Koneksi LAN/WiFi	1.092
6	STB Error	927
7	STB DICEK TEKNISI	505
8	Gangguan Game Online	490
9	Modem rusak	485
10	STB Rusak	309
11	LiveTV putus-putus	303
12	Tidak Bisa ke Website Tertentu	292
13	Fitur Usee TV	94

Sumber : PT. Telkom Indonesia Cabang Semarang, 2021.

http://repository.unimus.ac.id

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa masih banyak keluhan-keluhan yang dialami oleh pelanggan setelah menggunakan jasa layanan internet IndiHome di Kota Semarang. Keluhan paling utama dan paling banyak adalah tidak bisa melakukan koneksi internet dengan jumlah keluhan mencapai 17.556 orang pelanggan. Kemudian diikuti dengan 2P/3P yang mati total sebanyak 14.539 orang, dan koneksi yang lambat sebanyak 10.943 orang. Keluhan-keluhan tersebut yang sangat sering terjadi, sehingga membuat pelanggan merasa terganggu karena tidak dapat mengakses internet dengan baik. Hal ini berdampak pada aktivitas mereka yang juga terganggu, mengingat pada saat itu akses internet yang lancar sangat diperlukan demi efektif dan efisiensi pekerjaan yang harus diselesaikan.

Adanya keluhan-keluhan lain yang masih banyak dari pelanggan juga menunjukkan bahwa kepuasan yang dirasakan pelanggan setelah menggunakan IndiHome masih belum optimal. Oleh karena itu, sudah seharusnya bagi sudah seharusnya bagi PT. Telkom Semarang untuk segera mengatasi keluhan-keluhan pelanggan, serta dapat memberikan solusi yang terbaik bagi pelanggan agar kepuasan pelanggan dapat tercipta dan tidak ada lagi keluhan yang sama dari pelanggan pengguna jasa IndiHome di Kota Semarang.

Berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna IndiHome dari PT. Telkom Indonesia di Kota Semarang".

http://repository.unimus.ac.id

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, menunjukkan bahwa ada permasalahan yang timbul dilihat dari adanya penurunan jumlah pelanggan dan keluhan pelanggan setelah menggunakan jasa layanan internet IndiHome dari PT. Telkom Indonesia Cabang Semarang. Hal tersebut menunjukkan bahwa kepuasan yang dirasakan pelanggan belum maksimal. Oleh karena itu, PT. Telkom Indonesia Cabang Semarang g harus berupaya untuk meningkatkan kepuasan pelangggan melalui kualitas pelayanan, persepsi harga, dan promosi. Berdasarkan hal tersebut, maka rumusan masalah akan dibentuk dengan beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan?
2. Bagaimana pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan?
3. Bagaimana pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan?
4. Bagaimana pengaruh secara simultan antara kualitas pelayanan, persepsi harga, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan?

1.3. Tujuan dan Kegunaan Hasil Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis dan mendeskripsikan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Menganalisis dan mendeskripsikan pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan.

http://repository.unimus.ac.id

3. Menganalisis dan mendeskripsikan pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan.
4. Menganalisis dan mendeskripsikan pengaruh secara simultan dari kualitas pelayanan, persepsi harga, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan

1.3.2. Kegunaan Hasil Penelitian

Kegunaan yang ingin diberikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam melengkapi pengetahuan teoritis mahasiswa dibidang manajemen pemasaran, khususnya mengenai kualitas pelayanan, persepsi harga, promosi, dan kepuasan pelanggan.

2) Kegunaan Praktis

a. Bagi Peneliti

Menambah pengetahuan dan pengalaman penelitian dalam bidang pemasaran, khususnya yang berhubungan dengan peningkatan loyalitas pelanggan melalui kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promosi.

b. Bagi Perusahaan

Memberikan informasi mengenai pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan sehingga dapat dijadikan bahan evauasi untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

c. Bagi Lembaga Pendidikan

Penelitian ini dapat dijadikan inspirasi untuk mengembangkan lebih lanjut penelitian yang sejenis dan dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian yang akan datang.

http://repository.unimus.ac.id

1.4. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pembaca memahami isi skripsi ini, maka di susun dengan sistematika sebagai berikut :

Bab I : Pendahuluan

Bab ini menjelaskan tentang mengapa penelitian ini perlu di lakukan dan apa yang membedakan penelitian ini dengan penelitian terdahulu. Bab ini berisi latar belakang masalah yang menjelaskan alasan dilakukan penelitian ini. Perumusan masalah yang berisi tentang masalah-masalah penelitian yang dibentuk dalam pertanyaan-pertanyaan untuk dijawab sebagai hasil penelitian. Tujuan penelitian yang memuat apa saja tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti dalam melakukan penelitian. Kegunaan hasil penelitian menjelaskan tentang manfaat-manfaat yang diperoleh dalam penelitian, serta sistematika penulisan yang menjelaskan dan juga menjabarkan dari setiap bab nya.

Bab II : Landasan Teori

Bab ini meliputi landasan teoridalam penelitian ini meliputi pengertian-pengertian dari teori yang digunakan khususnya mengenai teori perilaku konsumen yang mencakup pengertian perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen. Teori kualitas pelayanan yang mencakup pengertian kualitas pelayanan, prinsip pokok kualitas pelayanan, faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan, dimensi dan indikator kualitas pelayanan. Teori persepsi harga mencakup pengertian harga dan persepsi harga, peran persepsi harga, tujuan penetapan harga,

http://repository.unimus.ac.id

dimensi persepsi harga, serta indikator persepsi harga. Teori promosi yang mencakup pengertian promosi, tujuan promosi, fungsi promosi, bauran promosi, serta indikator promosi. Teori kepuasan pelanggan mencakup pengertian kepuasan pelanggan, manfaat kepuasan pelanggan, prinsip kepuasan pelanggan, metode pengukuran kepuasan pelanggan, faktor-faktor kepuasan pelanggan, dimensi dan indikator kepuasan pelanggan. Peneltian terdahulu berisi mengenai penelitian-penelitian yang menjadi acuan penelitian ini. Kerangka pemikiran teoritis mengenai skema penelitian dalam bentuk gambar kerangka penelitian, dan perumusan hipotesis yang berisi tentang hipotesis penelitian yang akan diajukan.

Bab III: Metode Penelitian

Berisi tentang variabel penelitian yang menjelaskan variabel yang digunakan, dan definisi operasional yang berisi tentang pengertian konsep dan indikator masing-masing variabel yang digunakan. Populasi dan sampel yang menjelaskan mengenai jumlah populasi, jumlah sampel, serta teknik pengambilan sampel. Jenis dan sumber data menjelaskan data-data yang digunakan dalam penelitian. Metode pengumpulan data berisi tentang cara peneliti mendapatkan data penelitian. Metode analisis data berisi tentang apa saja alat analisis yang digunakan untuk mendapatkan hasil penelitian, yang terdiri dari uji instrumen yang mencakup uji validitas dan uji reliabilitas, serta pengujian hipotesis yang menggunakan analisis korelasi parsial dan korelasi berganda, analisis regresi linear berganda.

http://repository.unimus.ac.id

Bab IV : Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Berisi deskripsi tentang obyek penelitian yang berisi mengenai penjelasan dari objek penelitian yang digunakan yaitu perusahaan yang akan dibahas dalam penelitian. Hasil penelitian berisi tentang penjelasan atau hasil analisis dari pengolahan data yang dilakukan serta penjelasan hasil-hasil dari analisis data tersebut, serta pembahasan berisi mengenai bahasan dari hasil analisis tersebut dengan membandingkan dari hasil penelitian sebelumnya.

Bab V : Penutup

Bab ini berisi tentang kesimpulan yang menjelaskan tentang jawaban dari rumusan masalah yang dibentuk pada bab sebelumnya, dan saran yang berisi tentang anjuran-anjuran yang diberikan oleh penelitian kepada perusahaan yang digunakan untuk memberi masukan serta memajukan perusahaan tersebut.

http://repository.unimus.ac.id