

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Konsumen merupakan orang yang sangat penting bagi perusahaan karena dari konsumen perusahaan mampu meningkatkan sebuah bisnis. Memahami perilaku konsumen sangat penting bagi perusahaan untuk menemukan kesuksesan produknya. Setiap konsumen memiliki proses berpikir dan sikap yang berbeda dalam membeli produk tertentu. Jika perusahaan gagal memahami reaksi konsumen terhadap suatu produk, besar kemungkinan produk akan gagal dijual dipasaran. Maka dari itu, setiap pelaku usaha harus bisa menyusun dan mendesain suatu strategi yang nantinya mampu mendukung usahanya agar tetap bertahan. Strategi perusahaan dilakukan untuk mempertahankan kelangsungan hidup dan kemajuan perusahaan, sehingga dapat bersaing dengan melakukan strategi yang tepat agar tidak tersisih dalam persaingan.

Salah satu strategi perusahaan dalam menghadapi persaingan bisnis adalah perlu adanya sebuah konsep *Relationship Marketing* (hubungan pemasaran). Dalam pelaksanaan konsep pemasaran saat ini sangatlah penting memperhatikan konsep *Relationship Marketing* dalam rangka memberikan nilai kepuasan bagi pelanggan dan menciptakan hubungan yang baik melalui pembentukan rasa percaya dalam diri pelanggan. Sehingga kepuasan pelanggan sangat penting dan perlu diperhatikan oleh setiap perusahaan. Pentingnya kepuasan pelanggan untuk menciptakan konsumen loyal. Jika seorang pelanggan merasa puas dengan produk

yang dijual, mereka akan menjadi pelanggan yang loyal dan akan merekomendasikan produk perusahaan pada orang lain.

Tujuan dari suatu bisnis adalah menciptakan para pelanggan yang merasa puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya memberikan hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembeli ulang, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan perusahaan. Dalam era kompetisi bisnis yang semakin ketat seperti sekarang, kepuasan pelanggan merupakan hal yang utama. Usaha memuaskan kebutuhan pelanggan harus dilakukan secara menguntungkan dimana kedua pihak merasa menang dan tidak ada yang dirugikan.

Teknologi yang terus berkembang, perkembangan teknologi komunikasi di Indonesia dari tahun ke tahun sudah menunjukkan kemajuan yang sangat tinggi, dengan adanya kemajuan teknologi komunikasi yang semakin canggih masyarakat semakin mengenal media komunikasi berupa gadget sebagai bukti contoh kecil, gadget yang sudah tidak asing lagi di telinga kita yaitu *cellular phone* atau *handphone*, karena pada zaman sekarang ini hampir semua kalangan tidak mengenal batas umur, waktu, ruang dan status sosial baik anak-anak, remaja, orang tua, pebisnis, pedagang, dan lain-lainnya sudah tidak bisa lepas lagi dari yang namanya teknologi tersebut. Setiap telepon seluler atau *handphone* membutuhkan layanan dari suatu operator layanan telekomunikasi yang sesuai untuk dapat beroperasi dengan baik. Di Indonesia terdapat banyak operator telepon seluler resmi yang menjual layanannya dalam bentuk produk kartu

perdana yang umumnya berisi nomor telepon dan juga menjual jasa komunikasi dalam bentuk suara, pesan teks tertulis, data, sambungan internet, dan lain sebagainya. Salah satu perusahaan operator telepon seluler yang menjual layanan produk kartu perdana adalah PT. Indosat Tbk.

PT. Indosat Tbk didirikan di Indonesia pada tanggal 20 November 1967 sebagai perusahaan penanaman modal asing yang menyediakan layanan telekomunikasi internasional di Indonesia. Seiringnya waktu Indosat berkembang menjadi perusahaan telekomunikasi internasional pertama yang dibeli dan dimiliki 100% oleh Pemerintah Indonesia. Pada tahun 1994 Indosat menjadi perusahaan publik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan New York Stock Exchange, Pemerintah Indonesia 65% dan publik 35%. Pada tahun 1994 – 2003 Indosat mengambil alih saham mayoritas Satelindo dan SLI di Indonesia lalu mendirikan PT Indosat Multimedia Mobile (IM3) sebagai pelopor jaringan GPRS dan layanan multimedia. Pada tahun 2003 Indosat bergabung dengan tiga anak perusahaan, yaitu: Satelindo, IM3 dan Bimagraha untuk membentuk operator seluler di Indonesia. Berkaitan dengan hal yang sudah diuraikan diatas maka PT. Indosat Multimedia Mobile (Indosat-M3) yang sekarang lebih dikenal dengan nama Indosat Ooredoo sebagai salah satu perusahaan telekomunikasi yang menjual kartu seluler GSM juga menghadapi tantangan dalam bidang pemasaran. Tingginya pengguna telepon seluler mempengaruhi tingginya persaingan antar kartu seluler. Maka dari itu, pihak manajemen PT. Indosat Multimedia Mobile (Indosat-M3) mengetahui faktor-faktor apa yang mempengaruhi keputusan

pembelian konsumen agar dapat merumuskan strategi pemasaran yang tepat dalam memasarkan kartu seluler indosat ooredoo.

Dalam perkembangan saat ini banyak kita temui jenis operator yang mewarnai jaringan telekomunikasi seluler yang berbasis GSM seperti Telkomsel, IM3, XL, TRI dan Smartfren. Kemampuan operator GSM menguasai sebagian besar pangsa pasar di Indonesia, karena teknologi GSM lebih unggul dan mampu menghasilkan suara lebih jernih, sehingga menjangkau wilayah yang luas dan lebih aman.

**Tabel 1**  
**Data Pengguna Operator Seluler**

Nama Operator	Persen (%)
Telkomsel	46%
XL	20%
Indosat	17%
Tri	10%
Smartfren	7%

Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/>

Dari data diatas, pelanggan terbanyak operator seluler di Indonesia memakai layanan Telkomsel sebanyak 46%, XL menyusul diposisi kedua karena menjadi pilihan sebanyak 20%, Sebanyak 17% pelanggan menggunakan layanan dari Indosat Kemudian, ada 10% pelanggan yang menggunakan layanan Tri, Sedangkan 7% pelanggan memilih layanan Smartfren proporsi tersebut merupakan yang tertinggi dibandingkan operator seluler lainnya, dalam hal ini Telkomsel menjadi produk unggulan dibanding produk-produk lainnya. Pada dasarnya telkomsel menawarkan harga yang lumayan mahal tetapi memiliki

kualitas produk yang sangat bagus dibanding produk lain, untuk XL dan Indosat menawarkan harga standard tetapi memiliki kualitas yang standard juga untuk TRI dan Smartfren menawarkan harga yang relatif murah tetapi memiliki kualitas jaringan yang tidak begitu bagus pada setiap daerah. Dalam membuat suatu produk harus memiliki daya tarik yang kuat untuk mengembangkan produk tersebut dengan menawarkan harga yang murah, kualitas yang bagus, memberikan banyak pilihan untuk menarik minat konsumen dalam keputusan pembelian. Berikut disajikan *Top Brand Award* dalam lima tahun terakhir sebagai berikut.

**Tabel 2**  
**Top Brand Award**

BRAND	TAHUN				
	2017	2018	2019	2020	2021
TELKOMSEL	34,6%	39,7%	40,3%	34,6%	36,4%
IM3	13,6%	14,4%	12,7%	14,6%	13,5%
XL	13,4%	12,7%	12,0%	11,5%	10,7%
TRI “3”	11,4%	9,4%	11,0%	11,2%	9,8%
KARTU AS	8,6%	8,3%	9,4%	11,1%	8,8%

Sumber : [topbrand-award.com](http://topbrand-award.com)

Berdasarkan tabel diatas dalam satu tahun terakhir pada tahun 2021 sebanyak 36,4%, pengguna produk telkomsel pada tahun sebelumnya mengalami penurunan dan pada tahun 2021 mengalami kenaikan dalam penggunaan produk telkomsel walaupun tingkat kenaikan tidak signifikan. Pada produk IM3 prabayar pada tahun 2021 sebanyak 13,5% dan dalam beberapa tahun terakhir pengguna produk IM3 mengalami kenaikan dan penurunan dalam penggunaan produk IM3.

Pengguna produk XL pada tahun 2021 sebanyak 10,7% dalam beberapa tahun terakhir pengguna produk XL mengalami penurunan yang sangat signifikan. Dapat dilihat juga pada pengguna produk TRI pada tahun 2021 sebanyak 9,8% dan dalam dua tahun terakhir pengguna produk TRI mengalami kenaikan pemakaian produk TRI. Pada pengguna produk kartu AS pada tahun 2021 sebanyak 8,8% dan dalam empat tahun terakhir pengguna produk kartu AS mengalami kenaikan dan dalam satu tahun terakhir mengalami penurunan pengguna produk kartu AS.

Adapun menurut penelitian terdahulu tentang pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan yaitu dalam jurnal EMBA (2022) yang berjudul “Analisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan pengguna Kartu Indosat Ooredoo di desa Kaneyan kecamatan tareran” oleh Omega Putri Warere dan Yunita Mandagie Universitas Sam Ratulangi penelitian ini merupakan penelitian asosiatif dengan metode kuantitatif. Berdasarkan hasil analisis data penelitian dapat disimpulkan seperti kualitas produk menjadi faktor penting dalam penggunaan kartu indosat. Selanjutnya adalah faktor harga, faktor harga ini juga terlibat dimana warga desa. kaneyan harga kartu indosat masih dapat terjangkau oleh warga desa.

Salah satu metode untuk mengkaji tingkat kepuasan pelanggan kartu selular Indosat dapat dilakukan dengan menggunakan pendekatan *Importance Performance Analysis* (IPA). Pada metode ini dapat ditampilkan informasi yang berkaitan dengan faktor-faktor pelayanan yang sangat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan, serta dapat mengetahui faktor-faktor pelayanan yang

menurut konsumen masih sangat perlu untuk ditingkatkan. Berdasarkan hasil survei pendahuluan yang dilakukan terhadap mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Binaniaga Indonesia terhadap kepuasan penggunaan dan layanan kartu selular Indosat adalah sebagai berikut :

**Tabel 3**  
**Hasil Survei Pendahuluan**

No.	Dimensi	Pengukuran/Pertanyaan	Hasil Survei Pendahuluan
1	Pelayanan Customer Service	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apabila ada tanggapan atau pertanyaan, help centre Indosat mampu menjawab dengan cepat dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan.</li> <li>2. Perusahaan mampu memberikan pelayanan jasa dengan cepat dan tepat dengan penyampaian informasi yang jelas.</li> </ol>	Terdapat 56,65% pelanggan tidak puas terhadap Pelayanan Customer Service Indosat.
2	Minat untuk Menggunakan Produk	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produk yang disediakan lebih lengkap dibanding produk kompetitor yang lainnya sehingga konsumen puas.</li> <li>2. Harga yang diberikan sesuai dengan manfaat yang didapatkan.</li> </ol>	Terdapat 51,65% pelanggan tidak Minat untuk Menggunakan Produk Indosat.
3	Merekomendasikan untuk Menggunakan Produk	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pelanggan akan terus menggunakan produk Indosat.</li> <li>2. Kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk Indosat kepada orang lain.</li> </ol>	Terdapat 58,35% pelanggan tidak akan Merekomendasikan untuk Menggunakan Produk Indosat.
4	Keyakinan Menggunakan Produk	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Berlangganan produk Indosat merupakan pilihan yang tepat.</li> <li>2. Karyawan Indosat dapat dipercaya dalam menjaga privasi pelanggan.</li> </ol>	Terdapat 55% pelanggan belum yakin terhadap Keyakinan Menggunakan Produk Indosat.

Sumber: Data diolah, 2022.

Berdasarkan hasil survei pendahuluan mengenai kepuasan pelanggan kartu selular Indosat dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan masih terdapat beberapa kelemahan, hampir semua indikator penilaian kepuasan kerja yang

digunakan pada saat observasi awal menunjukkan angka permasalahan cukup tinggi, rata-rata diatas 50%. Permasalahan paling tinggi berkaitan dengan merekomendasikan untuk menggunakan produk kartu selular indosat adalah masalah dimensi merekomendasikan untuk menggunakan produk kartu selular indosat yang menunjukkan bahwa sebesar 58,35% responden menunjukkan bahwa merekomendasikan menggunakan produk kartu selular tidak terlalu dianjurkan untuk di gunakan. Pada produk kartu selular Indosat belum tercapai target kepuasan pelanggan kartu selular Indosat mencapai 100% hal ini tentu saja terkait dengan banyak faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan secara nyata. Peningkatan kepuasan pelanggan salah satunya dapat dilakukan dengan memperhatikan kualitas produk.

Kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang ditanyakan atau tersirat. Kualitas produk adalah suatu karakteristik yang dimiliki oleh perusahaan untuk pengenalan suatu produk barang atau jasa, kualitas produk biasanya memiliki suatu ciri khas tersendiri yang dapat dikenal oleh kalangan masyarakat seperti contoh produk Indosat. Dalam kualitas produk tidak semua kualitas produk memiliki keunggulan ada juga yang mempunyai kekurangan. Dalam produk Indosat kekurangan dalam menggunakan kartu indosat antara lain, syarat-syarat untuk ragam produk terbilang cukup banyak, Bonus yang diberikan kadang tidak menentu, jaringan belum mencapai seluruh Indonesia sehingga untuk beberapa daerah masih kesulitan untuk mengaksesnya, terkadang terhambat akan lemahnya



sinyal khususnya 4G untuk area tertentu dalam permasalahan ini kualitas produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian produk tersebut.

Selain kualitas produk, faktor lain yang dapat mempengaruhi peningkatan kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan memperhatikan harga produk. Harga sangat menentukan minat pembelian masyarakat terhadap pembelian produk atau jasa. Menurut Andi (2015:128) harga menjadi faktor utama yang dapat mempengaruhi pilihan seorang pembeli, harga cukup berperan dalam menentukan pembelian konsumen, untuk itu sebelum menetapkan suatu harga, sebaiknya perusahaan melihat beberapa referensi harga suatu produk yang dinilai cukup tinggi dalam penjualan.

Diketahui harga untuk masing-masing produk memiliki perbedaan sesuai dengan isi paket produk tersebut. Untuk mengetahui harga produk tersebut, Berdasarkan data yang dirangkum oleh Redaksi Selular.id, rata-rata milenial menghabiskan Rp. 60.000 sampai Rp. 70.000 per bulan. Semua provider Indonesia berlomba-lomba merilis paket internet dengan konektivitas cepat, harga murah, beragam paket data menarik dan lainnya. Misalnya Smartfren, Indosat, XL dan Telkomsel. Seperti produk Smartfren Super 4G Unlimited Smartfren baru-baru ini meluncurkan paket internet unlimited terbaru Super 4G Unlimited kuota tanpa batas seharga Rp. 65.000 selama 30 hari.

Untuk produk Indosat Unlimited Indosat juga memiliki paket internet unlimited dengan harga yang tidak jauh berbeda dengan Smartfren, karena meski namanya unlimited tetapi terdapat kuota sebesar 5GB dengan harga Rp 60.000

masa aktif 30 hari. Harga XL Xtra Combo Untuk XL, tersedia paket Xtra Combo yang serupa dengan paket unlimited dan harganya pun tidak jauh berbeda. Paket Xtra Combo 5GB+5GB seharga Rp 59.000 menghadirkan kuota utama 5GB untuk jaringan 2G,3G dan 4G. Terakhir Telkomsel ComboProvider Seperti provider lain, Telkomsel mengusung layanan serupa paket unlimited dengan harga tak jauh berbeda yakni paket Combo 2GB seharga Rp 60.000. Paket Combo 2GB menghadirkan kuota internet 2GB dan kuota yang dihadirkan khusus hanya untuk menikmati Video Max sebesar 2GB. Dalam hal ini perbandingan harga produk tidak terlalu jauh perbedaannya.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, untuk mengetahui perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian produk dengan demikian peneliti bermaksud melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Selular Indosat”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Permasalahan yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini berdasarkan uraian latar belakang masalah sebagai berikut :

1. Data pengguna kartu selular Indosat sebanyak 17%, masih dibawah operator lainnya seperti Telkomsel sebesar 46% dan XL sebesar 20%.
2. Top Brand kartu selular Indosat masih di bawah kartu selular Simpati selama tahun 2017-2021.
3. Kualitas produk kartu selular Indosat atau jaringan kartu selular Indosat yang masih belum optimal untuk dibeberapa titik di kota Bogor.

4. Harga produk kartu selular Indosat yang belum kompetitif dibandingkan operator lainnya seperti XL atau Tri “3”.
5. Kualitas pelayanan dari Customer Service kartu selular Indosat kurang maksimal sehingga pelanggan merasa tidak puas.
6. Kurangnya minat untuk menggunakan produk kartu selular Indosat.
7. Pelanggan jarang atau kurang merekomendasikan produk kartu selular indosat kepada pelanggan lainnya.
8. Rendahnya keyakinan dalam menggunakan produk kartu selular Indosat.

### **C. Batasan Masalah**

Adanya keterbatasan yang dimiliki peneliti seperti waktu, dana, tenaga, pemahaman teori-teori maka agar penelitian dapat dilakukan secara lebih mendalam dan fokus, maka tidak semua masalah yang telah diidentifikasi akan diteliti. Untuk itu maka peneliti memberikan batasan atau memfokuskan penelitian ini pada permasalahan “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Selular Indosat”. Lingkup penelitian dilakukan di Kota Bogor dengan menggunakan unit analisisnya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Binaniaga Indonesia.

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan hasil identifikasi masalah diatas maka perumusan masalah yang dapat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Kartu Selular Indosat ?
2. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Kartu Selular Indosat ?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk dan harga secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan Kartu Selular Indosat ?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Penulis berharap hasil penelitian yang akan dilakukan memiliki tujuan antara lain :

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Kartu Selular Indosat.
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Kartu Selular Indosat.
3. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas produk dan harga secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan Kartu Selular Indosat.

#### **F. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan yang bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran yang berkaitan dengan harga dan kualitas produk turut mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Sebagai pengembangan kajian ilmu pengetahuan dalam bidang Manajemen, khususnya ilmu pengetahuan dibidang manajemen pemasaran. Sebagai tambahan referensi dan memperluas wawasan tentang kepuasan pelanggan dan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, serta sebagai referensi untuk pengembangan penelitian dan mempelajari pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

## 2. Manfaat praktis

### a. Bagi peneliti

Menambah pengetahuan dan memperluas wawasan khususnya mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan, sebagai penerapan ilmu dan teori yang telah diperoleh dalam perkuliahan dan dalam lingkup organisasi.

### b. Bagi perusahaan

Hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan pertimbangan dalam terus berupaya untuk meningkatkan kualitas produk dan harga dalam rangka meningkatkan kepuasan pelanggan.

### c. Bagi pihak Universitas Binaniaga Indonesia

Penelitian ini diharapkan dapat menambah atau melengkapi khasanah perpustakaan bagi Universitas Binaniaga Indonesia serta memberikan referensi bagi seluruh mahasiswa dan kalangan akademisi

yang ingin mempelajari masalah yang berhubungan dengan pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

## **G. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan yang digunakan peneliti memuat uraian secara garis besar dari isi penelitian setiap Bab. Adapun sistematika dalam penulisan dapat diuraikan sebagai berikut :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini penulis akan menguraikan tentang latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penulisan, dan sistematika penelitian.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini penulis akan membahas teori-teori yang mendukung dalam proses penyusunan penelitian ini, berisi mengenai definisi dan teori yang menjadi dasar dalam penulisan penelitian yang diambil dari berbagai sumber.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini penulis akan menguraikan tentang metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian, metode pengambilan sampel, jenis data yang digunakan beserta sumbernya, teknik pengumpulan data, dan

metode analisis yang digunakan untuk menganalisis hasil pengujian sampel.

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini akan memfokuskan pada penyajian pembahasan hasil penelitian.

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Dalam bab ini akan menyajikan kesimpulan dari peneliti, yang merupakan jawab singkat terhadap permasalahan serta saran-saran.