

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Saat ini perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat cepat salah satunya di tandai oleh perkembangan alat komunikasi. Perkembangan komunikasi terus mengalami perubahan di setiap masa di mulai dari merpati pos, telegraf, telegram, pager, surat elektronik, telepon, telepon gengam, hingga internet. Melalui teknologi komunikasi manusia dapat saling menukar informasi dari jarak jauh dengan waktu yang relatif cepat dan efisien. Dengan perkembangan teknologi yang pesat dan sadar akan pentingnya mendapatkan informasi membuat banyak orang tertarik menggunakan internet sebagai alternatif untuk dapat mengakses informasi.

Menurut Undang – Undang No.36 tahun 1999, telekomunikasi adalah setiap pemancaran, pengiriman, dan atau penerimaan dari setiap informasi dalam bentuk tanda-tanda, isyarat, tulisan, gambar, suara dan bunyi melalui sistem kawat, optik, radio, atau sistem elektromagnetik lainnya. Alat telekomunikasi adalah setiap alat perlengkapan yang digunakan dalam bertelekomunikasi. Perangkat telekomunikasi adalah sekelompok alat telekomunikasi yang memungkinkan bertelekomunikasi. Sarana dan prasarana telekomunikasi adalah segala sesuatu yang memungkinkan dan mendukung berfungsinya telekomunikasi. Penyelenggara telekomunikasi adalah perseorangan, koperasi, Badan Usaha Milik Daerah (BUMD), Badan Usaha Milik Negara (BUMN), badan usaha swasta, instansi pemerintah, dan instansi

pertahanan keamanan negara. Pelanggan adalah perseorangan, badan hukum, instansi pemerintah yang menggunakan jaringan telekomunikasi dan atau jasa telekomunikasi berdasarkan kontrak. Pemakai adalah perseorangan, badan hukum, instansi pemerintah yang menggunakan jaringan telekomunikasi dan atau jasa telekomunikasi yang tidak berdasarkan kontrak.

Menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No.52 tahun 2000 tentang penyelenggaraan telekomunikasi, di dalam Peraturan Pemerintah ini diatur bahwa penyelenggara jaringan telekomunikasi dalam menjalankan usahanya dituntut untuk membangun dan atau menyediakan jaringan telekomunikasi yang sesuai dengan Rencana Dasar Teknis. Rencana Dasar Teknis dimaksud ditetapkan lebih lanjut oleh Menteri. Penyelenggara jaringan telekomunikasi dapat pula menyelenggarakan jasa telekomunikasi dengan mendapatkan izin terlebih dahulu dari Menteri. Selanjutnya, penyelenggara jaringan telekomunikasi wajib menyediakan interkoneksi antar jaringan telekomunikasi. Pelaksanaan interkoneksi diberikan atas dasar permintaan dari penyelenggara jaringan telekomunikasi lainnya.

Penyelenggara interkoneksi dikenakan biaya interkoneksi yang dibebankan kepada penyelenggara jaringan telekomunikasi asal, dan besaran biaya interkoneksi ditetapkan berdasarkan perhitungan yang transparan, disepakati bersama dan bersifat adil. Penyelenggara jasa telekomunikasi diwajibkan untuk pertama, menyediakan fasilitas telekomunikasi yang menjamin adanya kualitas pelayanan jasa telekomunikasi yang baik. Kedua, penyelenggara jasa telekomunikasi komunikasi dituntut untuk tidak bersikap diskriminatif dalam memberikan

pelayanan kepada pengguna jasa telekomunikasi. Ketiga, penyelenggara jasa telekomunikasi diwajibkan untuk melakukan pencatatan/perekaman pemakaian jasa telekomunikasi serta wajib menyimpan catatan/rekaman dimaksud sekurang-kurangnya selama 3 (tiga) bulan. Pengguna jasa telekomunikasi yang memerlukan catatan/rekaman pemakaian jasa telekomunikasi dapat meminta catatan/rekaman dimaksud dengan membayar biaya pencetakan atas catatan/rekaman tersebut.

Seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat sekarang ini, masyarakat membutuhkan akses informasi yang beragam, mudah, cepat dan handal maka merupakan peluang sekaligus tantangan bagi operator layanan telekomunikasi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat tersebut. Para perusahaan layanan internet dituntut untuk dapat memberikan kapasitas berinternet dengan murah, cepat, bebas dan kuota yang tanpa batas. Upaya yang dilakukan oleh penyedia jasa layanan internet di Indonesia yaitu dengan melakukan inovasi dalam penyediaan layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pasar agar dapat menarik minat calon pelanggan dengan memanfaatkan teknologi komunikasi terbaru yang ada sekarang. Maka dari itu peningkatan jumlah pemakai internet setiap tahun yang selalu meningkat di seluruh dunia. Di Indonesia sendiri jumlah pemakai internet selalu meningkat dengan peningkatan yang cukup besar.

Teknologi informasi telah membuka mata dunia akan sebuah dunia baru, interaksi baru, *market place* baru, dan sebuah jaringan bisnis dunia yang tanpa batas. Internet telah memberikan kontribusi yang demikian besar bagi masyarakat, perusahaan atau industri maupun pemerintah. Hadirnya Internet telah menunjang efektifitas dan efisiensi operasional perusahaan, sarana komunikasi, publikasi, serta

sarana untuk mendapatkan berbagai informasi yang dibutuhkan oleh sebuah badan usaha dan bentuk badan usaha atau lembaga lainnya.

Berdasarkan data yang dirilis oleh Kominfo pada Mei 2017 pengguna internet di Indonesia mencapai 112.6 juta pengguna, sedangkan menurut APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) pengguna internet di Indonesia selama 2017 mencapai 108.4 juta pengguna dengan 49% pengguna berumur 18-25 tahun dengan 87.4% penggunaan internet digunakan untuk akses jejaring sosial. Rata-rata penggunaan internet sebesar lima jam setiap harinya dengan menggunakan laptop atau PC dan sekitar dua jam melalui perangkat mobile (Kominfo, 2017). Sementara itu, pengguna situs jejaring sosial melalui perangkat mobile, menurut Kominfo (dalam Kompas Tekno, 2017) adalah 75% dengan rata-rata waktu tiga jam perhari. Dari data-data di atas terlihat bahwa penggunaan internet di Indonesia cukup tinggi, lebih lanjut berdasarkan Kompas Tekno tahun 2017 terungkap bahwa perilaku masyarakat Indonesia dalam menggunakan internet variatif dan akses ke situs jejaring sosial menempati urutan tertinggi yakni mencapai 64 % saat *online*.

Perkembangan teknologi memberikan peluang kepada perusahaan, diantaranya perusahaan yang menyediakan layanan *Triple Play*. *Triple play* merupakan layanan yang diberikan operator telekomunikasi bagi pelanggan rumah berupa langganan TV kabel, telepon rumah, dan akses internet. Berikut ini beberapa perusahaan di Indonesia yang menyediakan layanan *Triple Play* :

Tabel 1.1
Perusahaan yang Menyediakan Layanan *Triple Play* di Indonesia

No	Nama Perusahaan
1	PT Telekomunikasi Indonesia
2	Biznet
3	First Media
4	MNC Media

Sumber: Investor Daily (2018)

Berdasarkan ke empat perusahaan yang menyediakan layanan *Triple Play* tersebut, masing – masing perusahaan itu sendiri mempunyai jumlah pelanggan yang berbeda setiap tahunnya. Hal tersebut didukung oleh data dari majalah harian Kompas tekno yang menunjukkan bahwa setiap tahunnya jumlah pelanggan layanan *Triple Play* dari tahun 2016 - 2017 mengalami peningkatan. Berikut adalah data jumlah pelanggan layanan *Triple Play* di Indonesia tahun 2016 - 2017.

Tabel 1.2
Jumlah Pelanggan Layanan *Triple Play* di Indonesia Tahun 2016 – 2017

No	Produk	Jumlah Pelanggan Tahun 2016	Jumlah Pelanggan Tahun 2017
1	Indihome	2.097.000	1.539.657
2	Biznet	1.132.546	1.451.100
3	Firstmedia	1.271.210	1.569.120
4	MNC Play	978.298	1.260.320

Sumber : Kompas Tekno (2018)

Berdasarkan Tabel 1.3 dapat dilihat bahwa jumlah pelanggan Indihome cenderung menurun dari tahun 2016 ke 2017. Dibandingkan dengan Biznet, Firstmedia dan MNC play yang sebaliknya setiap tahunnya mengalami peningkatan. Indihome merupakan layanan *Triple Play* dari PT Telekomunikasi indonesia yang terdiri dari *Internet on Fiber* atau *High Speed Internet* (Internet Cepat), *Phone* (Telepon Rumah) dan *Interactive TV* (UseTV Cable). PT Telekomunikasi Indonesia Tbk, merupakan salah satu *provider* telekomunikasi terbesar di Indonesia yang bergerak dalam bidang telekomunikasi. Layanan telekomunikasi PT Telkom telah menjangkau beragam segmen pasar mulai dari pelanggan individu sampai dengan Usaha Kecil Menengah (UKM) serta perusahaan. PT Telekomunikasi Indonesia tersebar diseluruh wilayah Indonesia. Secara keseluruhan PT Telekomunikasi Indonesia memiliki 40 kantor cabang yang

tersebar di kota – kota besar di Indonesia, diantaranya yaitu kota Bandung. Jumlah pelanggan yang berada di kota Bandung adalah sebagai berikut :

Tabel 1.3
Jumlah Pelanggan Layanan Triple Play di Kota Bandung Tahun 2016-2017

No	Produk	Jumlah Pelanggan Tahun 2016	Jumlah Pelanggan Tahun 2017
1	Indihome	129.803	125.738
2	Biznet	95.941	113.374
3	Firstmedia	98.783	110.465
4	MNC Play	51.725	60.742

Sumber : Kompas Tekno 2018

Berdasarkan Tabel 1.4 jumlah pelanggan Indihome di Kota Bandung juga cenderung mengalami penurunan dari tahun 2016 ke tahun 2017. Di kota Bandung pada saat ini terdapat 13 kantor cabang yaitu Jl. Japati No.1 Sadang Serang, Jl. Gegerkalong Hilir No.47 Sukarasa, Jl. Sunda No.64 Babakan Ciamis, Jl. W.R. Supratman No. 66A Cihaur Geulis, Jl. Bengawan No.81 Cihapit, Jl. Kopo Sayati No.182 Sayati, Jl. Mochammad Toha, Jl A.H. Nasution No. 252 Panyileukan, Jl. Sadang Sari I No.25 Sekeloa, Jl. Rajawali Barat No.101, Jl. Doktor Wahidin No.5 Pasir Kaliki, Jl. Dr. Setiabudi No.87 Gegerkalong, dan Jl. Lembong No.11 Braga. Berikut merupakan data jumlah pelanggan Indihome yang ada di kota Bandung :

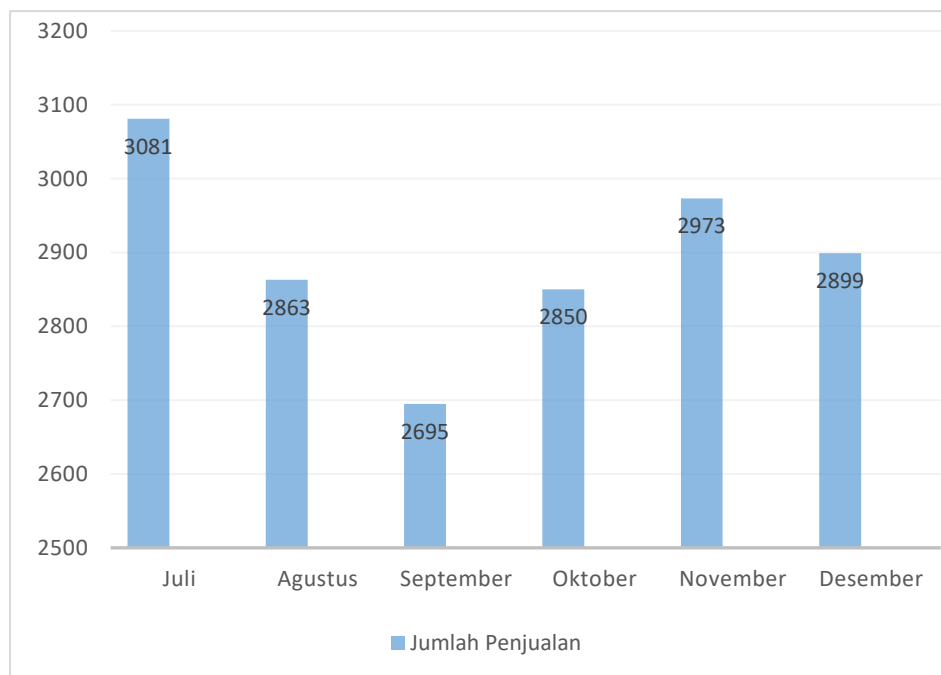
Tabel 1.4
Jumlah Pelanggan Indihome di Kota Bandung Tahun 2016 – 2017

No	Alamat Kantor Cabang	Jumlah Pelanggan Tahun 2016	Jumlah Pelanggan Tahun 2017
1	Jl. Japati No.1 Sadang Serang	12641	13325
2	Jl. Sadang Sari I No.25 Sekeloa	11652	9374
3	Jl. W.R. Supratman No. 66A Cihaur Geulis	11327	10328
4	Jl. Dr. Setiabudi No.87 Gegerkalong	10346	9574
5	Jl. Sunda No.64 Babakan Ciamis	9841	9936
6	Jl. Gegerkalong Hilir No.47 Sukarasa	9772	9688
7	Jl. Mochammad Toha	9813	9562
8	Jl. Rajawali Barat No.101	9637	9754
9	Jl. Bengawan No.81 Cihapit	9476	9639
10	Jl A.H. Nasution No. 252 Panyileukan	9073	9171
11	Jl. Doktor Wahidin No.5 Pasir Kaliki	8941	8639
12	Jl. Kopo Sayati No.182 Sayati	8752	8552
13	Jl. Lembong No.11 Bandung	8532	8196

Sumber : Financialbisnis.com (2018)

Berdasarkan Tabel 1.5 didapat jumlah pelanggan Indihome di PT Telkom Lembong Bandung terdapat jumlah pelanggan yang paling sedikit dengan jumlah 8532 di tahun 2016 dan 8196 ditahun 2017 dibandingkan dengan 12 kantor cabang yang lainnya. Maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di PT Telekomunikasi Jl. Lembong No.11 Bandung.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Manajer Pemasaran PT Telekomunikasi Indonesia Lembong Bandung pada tanggal 12 Feruari 2018 didapat pula jumlah transaksi yang berlayanan Indihome di PT Telekomunikasi Indonesia Lembong Bandung selama 6 bulan terakhir yaitu dari bulan Juli 2017 dan sampai dengan Desember 2017 sebagai berikut :

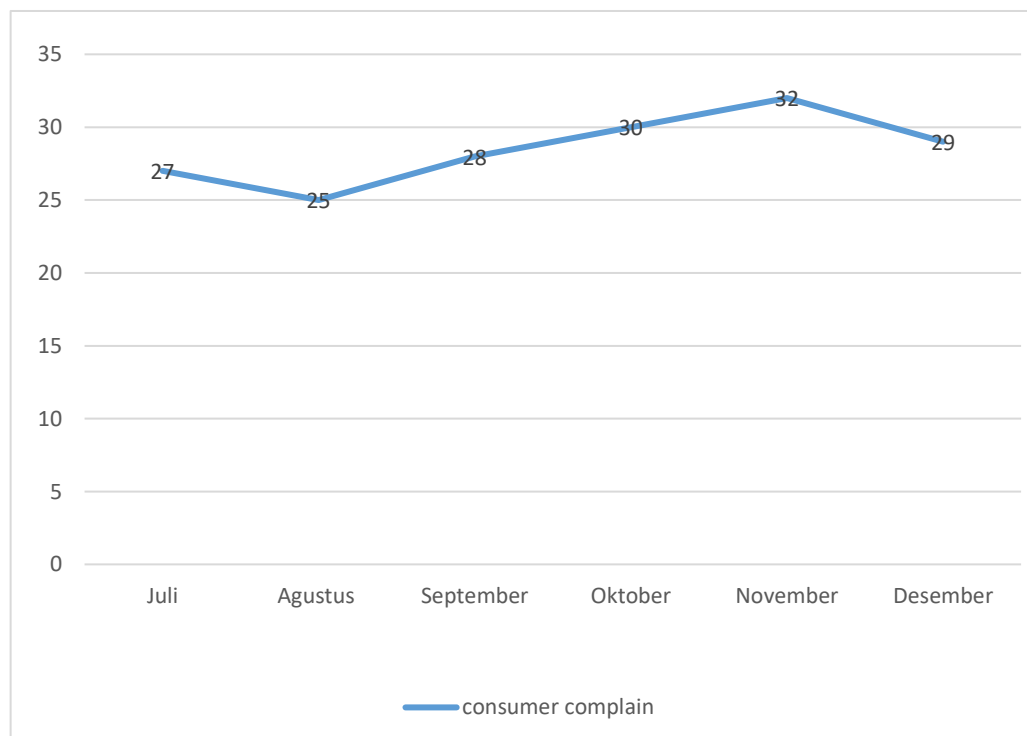


Sumber : Data Internal Perusahaan

Gambar 1.1
Jumlah Transaksi Indihome di PT Telkom Lembong Bandung Bulan Juli 2017 - Desember 2017

Berdasarkan Gambar 1.1 menunjukkan bahwa jumlah transaksi di PT Telkom Lembong Bandung bulan Juli 2017 berfluktuatif dan cenderung

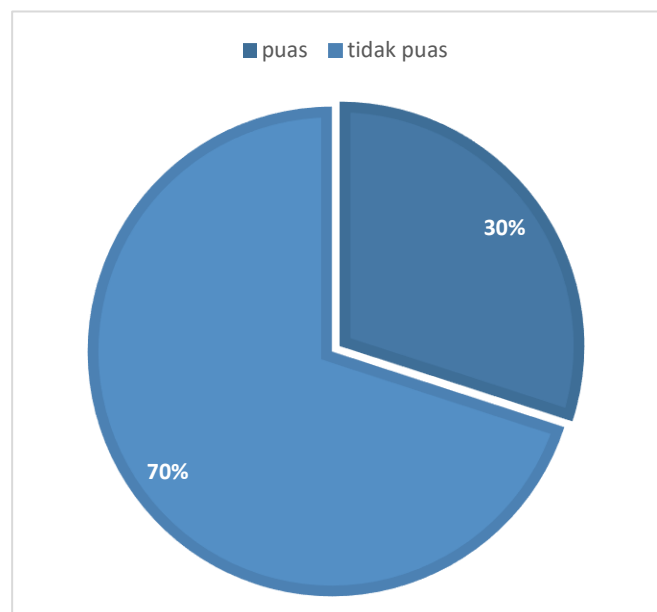
mengalami penurunan sampai dengan bulan Desember 2017. Hal ini menandakan adanya masalah pada layanan Indihome. Suatu hal yang harus diperhatikan dalam persaingan adalah bagaimana setelah pelanggan menerima dan merasakan manfaat atau nilai dari suatu produk, pelanggan tersebut merasa puas, berperilaku loyal, dan komitmen pada produk tersebut. Namun pada kenyataannya membuat para pelanggan merasa puas dengan apa yang telah diberikan oleh PT Telkom Lembong Bandung merupakan hal yang sulit untuk dipraktekan karena banyaknya kendala – kendala yang terjadi dan juga pada dasarnya setiap pelanggan memiliki keinginan dan kebutuhan yang berbeda – beda. Berikut adalah berbagai hal yang dapat membentuk kepuasan atau ketidakpuasan melalui *consumer complain* pada layanan Indihome di PT Telkom Lembong Bandung:



Sumber : Management PT Telkom Lembong Bandung

Gambar 1.2
Pengaduan Pelanggan Indihome

Berdasarkan Gambar 1.2 Grafik tersebut menjelaskan bahwa keluhan atau pengaduan pelanggan terhadap layanan Indihome selama bulan Juli 2017 hingga Desember 2017 mengalami fluktuasi yang dapat mengakibatkan ketidakpuasan pelanggan. Selanjutnya untuk mengetahui lebih jauh mengenai masalah-masalah yang dihadapi PT Telkom Lembong Bandung maka peneliti melakukan penelitian pendahuluan yaitu dengan cara membagikan kuesioner kepada 30 responden yang menggunakan layanan Indihome. Hal ini dilakukan agar pelanggan memiliki rasa percaya terhadap PT Telkom Lembong Bandung yang pada akhirnya akan menghasilkan kepuasan pelanggan dan menjadi loyal terhadap PT Telkom Lembong Bandung. Hasil penelitian pendahuluan mengenai kepuasan pelanggan pada produk Indihome adalah sebagai berikut :



Sumber : Hasil Penelitian Pendahuluan (2018)

Gambar 1.3
Hasil penelitian pendahuluan mengenai kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan pada Gambar 1.3 menyatakan bahwa kepuasan pelanggan terhadap pelayanan Indihome di PT Telkom Lembong

30% merasa puas dan sekitar 70% merasa tidak puas. Ketidakpuasan itu disebabkan oleh beberapa hal antara lain :

Tabel 1.5
Pengaduan Pelanggan Indihome (Survei pada pelanggan Indihome di PT Telkom Lembong Bandung)

No	Keluhan Pelanggan	Juli	Agustus	September	Oktober	November	Desember
1	Koneksi Internet Sering Putus	6	5	7	8	8	6
2	Koneksi Internet Lambat	6	5	6	7	8	8
3	Jaringan Indihome Mengalami Gangguan	4	3	5	6	6	5
4	Customer Care Yang Tidak Sigap Dalam Menangani Keluhan Pelanggan	5	4	6	3	4	4
5	Jumlah Tagihan Yang Tidak Sesuai	3	4	2	3	3	3
6	Tidak Adanya Konfirmasi / Pemberitahuan Jika Tarif Mengalami Kenaikan	3	4	2	3	3	3
Jumlah		27	25	28	30	32	29

Sumber : Management PT Telkom Lembong Bandung

Berdasarkan Tabel 1.6 menjelaskan bahwa terdapat beberapa masalah yang terjadi dan di keluhkan pelanggan kepada PT Telekomunikasi indonesia Lembong Bandung diantaranya koneksi internet yang sering putus, koneksi internet lambat, jaringan Indihome mengalami gangguan, *Customer care* yang tidak sigap dalam menangani keluhan pelanggan, jumlah tagihan yang tidak sesuai dan tidak adanya pemberitahuan tarif mengalami kenaikan. Maka dengan semua permasalahan yang dikeluhkan oleh pelanggan, perusahaan harus melakukan evaluasi terhadap semua hal yang dapat memenuhi kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan (Philip Kotler yang dialihbahasakan oleh Bob Sabran 2014 : 150). Pelanggan dapat dikatakan puas pada suatu produk apabila harapan pelanggan akan suatu produk

tersebut telah sesuai dengan harapan atau bahkan melebihi dari apa yang mereka harapkan.

Bauran pemasaran merupakan seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran dalam memenuhi target pasarnya, serta himpunan variabel yang dapat dikendalikan dan digunakan oleh perusahaan untuk mempengaruhi tanggapan konsumen dalam pasar sasarannya. Menurut Tjiptono (2014:372) menyatakan bahwa bauran pemasaran adalah kombinasi dari tujuh kegiatan dalam mencapai tujuan memasarkan pada pasar sasarannya, salah satu bentuk strategi pemasaran yang mampu mendukung dalam memasarkan produk, untuk menciptakan kepuasan konsumen adalah penggunaan bauran pemasaran. Selain itu terdapat juga beberapa penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa bauran pemasaran berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Menurut Aditya Saputra (2016) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan, maka akan mendatangkan keuntungan yang semakin besar bagi perusahaan, dan melalui bauran pemasaran dapat memberikan pengaruh yang kuat terhadap kepuasan atau ketidakpuasan seorang pelanggan. Selanjutnya berdasarkan penelitian yang dilakukan Arka Darliyas Putra (2016) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa secara simultan bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, tempat, promosi, bukti fisik, proses, dan orang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Melalui kedua penelitian terdahulu tersebut dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Melihat fenomena yang terjadi, penulis juga melakukan penelitian pendahuluan dengan cara membagikan kuesioner kepada 30

responden pelanggan Indihome. Penelitian pendahuluan tersebut bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi dan menyebabkan ketidakpuasan pelanggan PT Telkom Lembong. Hasil penelitian pendahuluan tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 1.6
Penelitian Pendahuluan Mengenai Faktor – Faktor yang Diduga Menyebabkan Rendahnya Kepuasan Pelanggan Indihome di PT Telkom Lembong Bandung

No	Variabel	Pernyataan	Jawaban					Jumlah
			SS	S	KS	TS	STS	
1	Produk	Kualitas produk Indihome baik	2	3	6	11	8	30
		Produk yang disediakan sesuai dengan kebutuhan	3	6	7	8	6	30
2	Harga	Harga produk Indihome terjangkau oleh semua kalangan	3	4	5	9	9	30
		Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk	-	4	6	9	11	30
3	Tempat	Kantor layanan Indihome tersedia di berbagai tempat	10	11	5	4	-	30
		Konter penjualan produk Indihome mudah di akses	7	12	6	4	1	30
4	Promosi	Promosi yang dilakukan menarik	8	11	5	2	4	30
		Informasi dari penjelasan yang diberikan jelas dan sesuai kenyataan	4	6	8	7	5	30
5	Orang	<i>Customer care</i> sangat handal dalam memberikan pelayanan	3	8	7	8	4	30
		<i>Customer care</i> mampu mengatasi keluhan pelanggan	9	4	6	6	5	30
6	Proses	Pelayanan yang cepat dari operator apabila terjadi keluhan	6	8	5	5	6	30
		Kemudahan proses administrasi	9	15	3	3	-	30
7	Bukti Fisik	Kenyamanan pada ruangan <i>Customer care</i>	10	13	4	2	1	30
		Tempat parkir pada kantor yang memadai	9	12	5	4	-	30

Sumber : Hasil Pengolahan Data Penelitian (2018)

Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan pada tabel 1.7 yang berada dihalaman sebelumnya terdapat masalah yang mempengaruhi ketidakpuasan pelanggan Indihome di PT Telkom Lembong Bandung yaitu bukti fisik, proses dan produk. Kondisi bukti fisik yang ada di PT Telkom Lembong Bandung dinilai masih kurang sesuai dengan harapan pelanggan, dengan alasan ruangan customer care yang kurang nyaman dan tidak memadainya lahan untuk parkir, serta kurangnya pelayanan yang cepat apabila terjadi keluhan dari pelanggan dan kemudahan pada saat proses administrasi. Produk juga mempengaruhi ketidakpuasan pelanggan karena banyaknya pengaduan atau keluhan yang dilakukan oleh pelanggan PT Telkom Lembong Bandung.

Teori Zeithaml & Bitner yang dialihbahasakan oleh Ratih Hurriyanti (2013:76) yang menyatakan hubungan bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan yaitu lingkungan fisik di mana jasa tersebut disampaikan dan di mana perusahaan dengan pelanggan berinteraksi secara langsung kondisi lingkungan fisik akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dimana pelanggan merasa nyaman maka akan menimbulkan suatu kepuasan. Hubungan bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Desti Diana Haspari (2016), Haryati (2016) dan Dzukron Hamidan Nasution (2017) yang menyatakan bahwa Bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian pendahuluan menunjukkan selain bukti fisik, faktor lainnya adalah proses. Proses yang diberikan oleh PT Telkom Lembong Bandung dinilai masih kurang maksimal dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Menurut Fandy Tjiptono (2015:65) menyatakan bahwa proses merupakan kegiatan yang

harus sangat diperhatikan oleh perusahaan karena pelayanan yang diberikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hubungan proses terhadap kepuasan pelanggan diperkuat dengan adanya penelitian yang dilakukan oleh Aditya Saputra (2016), Arka Darliyas Putra (2016) dan Ahmad Hadi (2017) dimana proses berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Bukti fisik dan proses yang diterapkan di PT Telkom Indonesia dianggap kurang maksimal. Harapan pelanggan terhadap bukti fisik dan proses yang ditetapkan perusahaan tidak berbanding lurus dan hal itu menyebabkan tingkat kepuasan pelanggan masih rendah. Secara teori Alma (2013:70) mengatakan bahwa faktor - faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan, kualitas produk, promosi, people, proses, bukti fisik dan harga. Hubungan Bukti fisik dan proses terhadap kepuasan pelanggan diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Afrida Shela Mevita (2013), oleh Jessica J. Lenzun (2015), Arin Anjani (2016), dan Suriyani (2017) menunjukkan bahwa bukti fisik dan proses berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan permasalahan yang diuraikan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dan menjadikan permasalahan yang terjadi sebagai topik penelitian dengan mengambil judul **“Pengaruh Bukti fisik dan Proses Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Indihome di PT Telekomunikasi Indonesia Lembong Bandung)”**.

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti dapat mengidentifikasi masalah dan merumuskan masalah yang dilakukan dalam penelitian ini.

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang penelitian maka peneliti dapat mengidentifikasi masalah yang terjadi diantaranya sebagai berikut :

1. Ketatnya persaingan diantara penyedia jasa layanan Triple Play
2. Menurunnya jumlah pelanggan PT Telkom di Indonesia
3. Menurunnya jumlah pelanggan PT Telkom di Bandung
4. Menurunnya jumlah pelanggan PT Telkom Lembong Bandung
5. Banyaknya pengaduan terhadap layanan Indihome PT Telkom Lembong Bandung
6. Kondisi Bukti fisik yang ditetapkan tidak sesuai dengan harapan pelanggan.
7. Proses yang diberikan PT Telkom Lembong Bandung masih kurang maksimal dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.
8. Tingginya pengaduan pelanggan indihome kepada PT Telkom Lembong Bandung yang menyebabkan ketidakpuasan pelanggan

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan pelanggan terhadap kondisi bukti fisik pada layanan Indihome di PT Telkom Lembong Bandung
2. Bagaimana tanggapan pelanggan mengenai proses yang diterapkan oleh layanan Indihome di PT Telkom Lembong Bandung
3. Bagaimana tanggapan pelanggan mengenai kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan Indihome di PT Telkom Lembong Bandung

4. Seberapa besar pengaruh bukti fisik dan proses, terhadap kepuasan pelanggan Indihome di PT Telkom Lembong Bandung simultan dan parsial.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian pada produk Indihome di PT Telkom Lembong Bandung adalah untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Tanggapan pelanggan terhadap kondisi bukti fisik pada layanan Indihome di PT Telkom Lembong Bandung
2. Tanggapan pelanggan mengenai proses yang diterapkan oleh layanan Indihome di PT Telkom Lembong Bandung
3. Tanggapan pelanggan mengenai kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan Indihome di PT Telkom Lembong Bandung
4. Besarnya pengaruh bukti fisik dan proses terhadap kepuasan pelanggan Indihome di PT Telkom Lembong Bandung simultan dan parsial.

1.4 Kegunaan Penelitian

Dengan adanya penelitian ini peneliti berharap dapat bermanfaat bagi peneliti dan semua pihak yang membacanya terutama yang berkaitan dengan bukti fisik dan proses terhadap kepuasan pelanggan.

1.4.1 Kegunaan Teoritis

1. Sebagai tambahan pengalaman untuk mengembangkan wawasan serta pemahaman dan perbandingan antara teori – teori yang diperoleh dalam

perkuliahan dan praktek yang sebenarnya. Khususnya dalam ilmu pemasaran mengenai pengaruh bukti fisik dan proses terhadap kepuasan pelanggan Indihome di PT Telkom Lembong Bandung.

2. Untuk memberikan sumbangan teoritis dalam bidang ilmu pemasaran khususnya yang terkait dengan pengaruh bukti fisik dan proses terhadap kepuasan pelanggan Indihome di PT Telkom Lembong Bandung.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis bermanfaat bagi berbagai pihak yang memerlukannya untuk memperbaiki kinerja agar dapat melakukan penelitian lebih lanjut, diantaranya adalah :

1. Bagi peneliti
 - a. Memperoleh pengetahuan mengenai bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan Indihome di PT Telkom Lembong Bandung.
 - b. Mengetahui pengaruh proses terhadap kepuasan pelanggan Indihome di PT Telkom Lembong Bandung.
 - c. Memahami tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan bukti fisik dan proses yang diterapkan di PT Telkom Lembong Bandung.
2. Bagi perusahaan
 - a. Memberi masukan untuk lebih memperhatikan kondisi bukti fisik di PT Telkom Lembong Bandung
 - b. Membantu meningkatkan proses pelayanan kepada pelanggan
 - c. Hasil penelitian diharapkan dapat membantu dalam memenuhi kepuasan pelanggan.