

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 genggam, 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 tahun 2018 pengguna internet di Indonesia mencapai 112.6 juta pengguna, sedangkan menurut APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) pengguna internet di Indonesia selama 2018 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, 2018). Sementara itu, pengguna situs jejaring sosial melalui perangkat mobile, menurut Kominfo (dalam Kompas Tekno, 2018) adalah 75% dengan rata-rata waktu tiga jam perhari. Dari data-data diatas terlihat bahwa penggunaan internet di Indonesia cukup tinggi, lebih lanjut bedasarkan kompas tekno tahun 2018 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	Biznet
2	First Media
3	MNC Media
4	Megavision
5	PT. Telekomunikasi Indonesia

Sumber : Investor Daily (2018)

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa ke 4 (empat) perusahaan yang menyediakan layanan *Triple Play*, 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 2017-2018 mengalami peningkatan. Berikut adalah data jumlah pelanggan layanan *Triple Play* di Indonesia tahun 2017-2018 :

Tabel 1.2
Jumlah Pelanggan Layanan *Triple Play* Di Indonesia Tahun 2017-2018

No	Produk	Jumlah Pelanggan Tahun 2017	Jumlah Pelanggan Tahun 2018	Selisih (GAP)
1	Biznet	1.132.546	1.451.100	318.554
2	First Media	1.271.210	1.569.120	297.910
3	MNC Play Media	978.298	1.260.320	282.022
4	Megavision	1.007.568	1.154.876	147.308
5	Indihome	2.097.000	1.539.657	-557.343

Sumber : Kompas Tekno (2018)

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat dilihat bahwa jumlah pelanggan Indihome cenderung menurun dari tahun 2017 ke 2018. Dibandingkan dengan pesaingnya yaitu Biznet, Firstmedia dan MNC Play yang sebaliknya setiap tahunnya mengalami peningkatan. Indihome merupakan layanan *Triple Play* yang terdiri dari *Internet on Fiber* atau *High Speed Internet* (Internet Cepat), *Phone* (Telepon Rumah) dan *Interactive TV* (TV Kabel). PT. Telekomunikasi Indonesia merupakan salah satu *Provider* telekomunikasi terbesar di Indonesia yang bergerak dalam bidang telekomunikasi. Layanan telah menjangkau ke beragam

segmen pasar mulai dari pelanggan individu sampai dengan Usaha Kecil Menengah (UKM) serta perusahaan. PT. Telekomunikasi Indonesia tersebar diseluruh wilayah Indonesia. Secara keseluruhan 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 Bandung Tahun 2017-2018

No	Produk	Jumlah Pelanggan Tahun 2017	Jumlah Pelanggan Tahun 2018	Selisih (GAP)
1	Biznet	95.941	113.374	17.433
2	First Media	98.783	110.465	11.682
3	MNC Play Media	51.725	60.742	9.017
4	Megavision	51.687	58.324	6.637
5	Indihome	129.803	125.738	-4.065

Sumber : Kompas Tekno (2018)

Berdasarkan Tabel 1.3 dapat dilihat bahwa jumlah pelanggan Indihome di Kota Bandung juga cenderung mengalami penurunan dari tahun 2017 ke tahun 2018. Di kota Bandung pada saat ini terdapat 13 kantor cabang yaitu Jl. Japati No.1 Sadang Serang, Jl. Sadang Sari I No.25 Sekeloa, Jl. W.R. Supratman No.66A Cihaur Geulis, Jl. Dr. Setiabudhi No.87 Gegerkalong, Jl. Sunda No.64 Babakan Ciamis, Jl. Mochammad Toha Astanaanyar, Jl. Gegerkalong Hilir No.47 Sukarasa, Jl. Rajawali Barat No.101 Garuda, Jl. Bengawan No.81 Cihapit, Jl. A.H. Nasution No.252 Panyileukan, Jl. Dr. Wahidin No.3 Pasir Kaliki, Jl. Raya Soreang Kopo No.182 Sayati, dan Jl. Lembong No.11 Braga Bandung. Berikut adalah data jumlah pelanggan Indihome di Bandung tahun 2017-2018 :

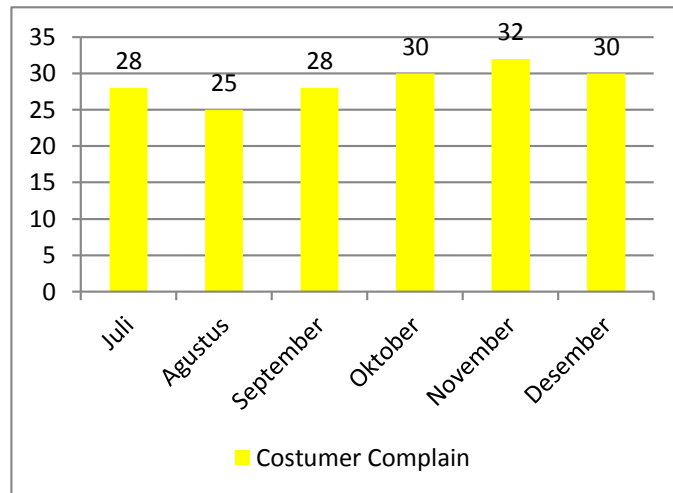
Tabel 1.4
Jumlah Pelanggan Indihome Di Bandung Tahun 2017-2018

No	Alamat Kantor	Jumlah Pelanggan Tahun 2017	Jumlah Pelanggan Tahun 2018	Selisih (GAP)
1	Jl. Japati No. 1, Sadang Serang	12.641	13.325	684
2	Jl. Sadang Sari I No. 25, Sekeloa	11.652	9.374	-2.278
3	Jl. W.R Supratman No. 66A, Cihaur Geulis	11.327	10.328	-999
4	Jl. Dr. Setiabudhi No. 87, Gegerkalong	10.346	9.574	-772
5	Jl. Sunda No. 64, Babakan Ciamis	9.841	9.936	95
6	Jl. Mochammad Toha, Astanaanyar	9.813	9.562	-251
7	Jl. Gegerkalong Hilir No. 47, Sukarasa	9.772	9.688	-84
8	Jl. Rajawali Barat No. 101, Garuda	9.637	9.754	117
9	Jl. Bengawan No. 81, Cihapit	9.476	9.639	163
10	Jl. A.H Nasution No. 252, Panyileukan	9.073	9.171	98
11	Jl. Dr. Wahidin No. 3, Pasir Kaliki	8.941	8.639	-302
12	Jl. Raya Soreang Kopo No. 182, Sayati	8.752	8.552	-200
13	Jl. Lembong No. 11, Braga, Bandung	8.532	8.196	-336

Sumber : FinancialBisnis.Com (2018)

Berdasarkan Tabel 1.4 dapat dilihat bahwa didapat jumlah pelanggan Indihome di PT. Telkom Lembong Bandung terdapat jumlah pelanggan yang paling sedikit dengan jumlah 8532 di tahun 2017 dan 8196 di tahun 2018, dibandingkan dengan 12 kantor cabang yang lainnya. Maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian.

Suatu hal yang harus diperhatikan dalam persaingan adalah bagaimana setelah pelanggan menerima dan merasakan manfaat atau nilai dari suatu produk, pelanggan tersebut merasa puas, loyal dan komitmen pada produk tersebut. Namun pada kenyataannya membuat para pelanggan merasa puas dengan apa yang telah diberikan oleh perusahaan merupakan hal yang sulit untuk dipraktikkan karena banyaknya kendala-kendala yang terjadi dan juga pada dasarnya setiap pelanggan memiliki keinginan dan kebutuhan yang berbeda-beda. Berikut adalah hal yang dapat membentuk kepuasan atau ketidakpuasan melalui *consumer complain* pada layanan Indihome di PT. Telkom Lembong Bandung :



Sumber : Management PT. Telkom Lembong Bandung (2018)

Gambar 1.1

Keluhan Pelanggan Indihome

Berdasarkan Gambar 1.2 Grafik tersebut menjelaskan bahwa keluhan pelanggan terhadap layanan Indihome selama bulan Juli 2018 sampai dengan Desember 2018 mengalami fluktuasi yang dapat mengakibatkan ketidakpuasan pelanggan. Selanjutnya peneliti melakukan penelitian pendahuluan yaitu dengan cara membagikan kuesioner kepada 30 responden yang menggunakan layanan Indihome. Berikut adalah penelitian pendahuluan mengenai menurunnya jumlah pelanggan Indihome Di PT Telkom Lembong Bandung :

Tabel 1.5

Hasil Penelitian Pendahuluan Mengenai Menurunnya Jumlah Pelanggan Indihome Di PT. Telkom Lembong Bandung

No	Variabel	Pernyataan	Jawaban					Rata – Rata	Kriteria
			SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)		
1	Kepuasan Pelanggan	Puas Terhadap Produk Indihome	1	2	12	10	5	2.46	Kurang Baik
		Puas Terhadap Pelayanan PT. Telkom Lembong Bandung	2	2	8	13	5	2.43	Kurang Baik

2	Loyalitas Pelanggan	Akan Menginformasikan Produk Indihome	2	15	8	5	-	3.46	Baik
		Akan Menginformasikan Pelayanan PT. Telkom Lembong Bandung	6	2	10	12	-	3.06	Baik
3	Keputusan Pembelian	Tertarik Membeli Produk Indihome	2	12	10	5	1	3.3	Baik
		Produk Indihome Menjadi Pilihan Utama Dalam Melakukan Pembelian	3	12	12	3	-	3.5	Baik
4	Kepercayaan	Saya Percaya Produk Yang Di Tawarkan Indihome Memiliki Kualitas Yang Baik	5	15	8	1	1	3.73	Baik

Sumber : Pengolahan Data Peneliti (2019)

Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan pada Tabel 1.5 dapat dilihat bahwa kepuasan pelanggan di PT. Telkom Lembong Bandung memiliki skor rata-rata kurang baik. Maka dengan permasalahan tersebut perusahaan harus melakukan evaluasi terhadap semua hal yang dapat memenuhi kepuasan pelanggan. Mendefinisikan kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Pelanggan dapat dikatakan

puas pada suatu produk atau jasa apabila harapan pelanggan akan suatu produk atau jasa 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 Fandy Tjiptono (2015:372) 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 Darilyas Putra (2016) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa secara simultan bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik 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
Hasil Penelitian Pendahuluan Mengenai Bauran Pemasaran
Di PT. Telkom Lembong Bandung

No	Variabel	Pernyataan	Jawaban					Rata – Rata	Kriteria
			SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)		
1	Produk	Kualitas Produk Indihome Baik	6	8	5	5	6	3.1	Baik
		Produk Yang Di Sediakan Sesuai Dengan Kebutuhan	8	15	3	3	1	3.86	Baik
2	Harga	Harga Produk Indihome Terjangkau Oleh Semua Kalangan	10	11	5	2	2	3.83	Baik
		Harga Yang Di Tawarkan Sesuai Dengan Kualitas Produk	9	11	5	5	-	3.8	Baik
3	Tempat	Kantor Layanan Indihome Tersedia Di Berbagai Tempat	10	11	4	4	1	3.83	Baik
		Kantor Penjualan Produk Indihome Mudah Di Akses	6	12	6	5	1	3.56	Baik

4	Promosi	Promosi Yang Di Lakukan Menarik	8	11	4	4	3	3.56	Baik
		Informasi Dari Penjelasan Yang Di Berikan Jelas Dan Sesuai Kenyataan	8	7	3	7	5	3.2	Baik
5	SDM (Orang)	Customer Care Sangat Handal Dalam Memberikan Pelayanan	3	4	4	10	9	2.4	Kurang Baik
		Customer Care Mampu Mengatasi Keluhan Pelanggan	1	5	6	9	9	2.33	Kurang Baik
6	Proses	Pelayanan Yang Cepat Dari Operator Apabila Terjadi Keluhan	2	2	6	12	8	2.26	Kurang Baik
		Kemudahan Proses Administrasi	3	6	6	8	7	2.66	Kurang Baik
7	Bukti Fisik	Kenyamanan Pada Ruangan Customer Care	8	2	8	7	5	3.03	Baik
		Tempat Parkir Pada Kantor Yang Memadai	9	4	6	6	5	3.2	Baik

Sumber : Pengolahan Data Peneliti (2019)

Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan pada Tabel 1.6 dapat dilihat terdapat masalah yang mempengaruhi ketidakpuasan pelanggan Indihome di PT. Telkom Lembong Bandung yaitu SDM (orang), dan proses. Kualitas SDM

(orang) yang ada di PT. Telkom Lembong Bandung dinilai masih kurang sesuai dengan harapan pelanggan, dengan alasan kurangnya pelayanan yang cepat apabila terjadi keluhan dari pelanggan dan kemudahan pada saat proses administrasi.

Menurut Parasuraman dalam Fandy Tjiptono (2016:157) yang menyatakan hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yaitu layanan yang diharapkan dan layanan yang diterima. Jika layanan yang diterima sesuai bahkan dapat memenuhi apa yang diharapkan maka jasa dapat dikatakan baik atau positif. Hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Lisa Dewi Kurniawati (2016) dan Dzukron Hamidan Nasution (2017) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian pendahuluan menunjukkan selain kualitas pelayanan, 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) dan Ahmad Hadi (2017) dimana proses berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan dan proses yang diterapkan di PT. Telkom Indonesia dianggap kurang maksimal. Harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan proses yang ditetapkan perusahaan tidak berbanding lurus dan hal itu

menyebabkan tingkat kepuasan pelanggan masih rendah. Secara teori Buchari Alma (2015:70) mengatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan, kualitas produk, promosi, orang, proses, bukti fisik dan harga. Hubungan kualitas pelayanan dan proses terhadap kepuasan pelanggan diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Baskara Try Puspita (2015) dan Haryati (2016) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan 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 Kualitas Pelayanan Dan Proses Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Indihome Di Kantor Pelayanan 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 Bandung.
3. Menurunnya jumlah pelanggan PT. Telkom Lembong Bandung.

4. Banyaknya keluhan terhadap layanan Indihome PT. Telkom Lembong Bandung.
5. Kualitas pelayanan yang diberikan PT. Telkom Lembong Bandung belum sesuai dengan harapan pelanggan.
6. Proses yang diberikan PT. Telkom Lembong Bandung masih kurang optimal dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.
7. Kepuasan Pelanggan di PT. Telkom Lembong Bandung masih rendah, sehingga berdampak pada perkembangan jumlah pelanggan yang cenderung menurun.

1.2.2 Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana tanggapan pelanggan mengenai kualitas pelayanan yang diterapkan oleh kantor pelayanan Indihome di PT. Telkom Lembong Bandung.
2. Bagaimana tanggapan pelanggan mengenai proses penyampaian jasa yang diterapkan oleh kantor pelayanan Indihome di PT. Telkom Lembong Bandung.
3. Bagaimana tanggapan kepuasan pelanggan Indihome di PT. Telkom Lembong Bandung.
4. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan proses terhadap kepuasan pelanggan Indihome di PT. Telkom Lembong Bandung baik secara simultan maupun parsial.

1.3 Tujuan Penelitian

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

1. Tanggapan pelanggan mengenai kualitas pelayanan yang diterapkan oleh kantor pelayanan Indihome di PT. Telkom Lembong Bandung.
2. Tanggapan pelanggan mengenai proses penyampaian jasa yang diterapkan oleh kantor pelayanan Indihome di PT. Telkom Lembong Bandung.
3. Tanggapan kepuasan pelanggan Indihome di PT. Telkom Lembong Bandung.
4. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan proses terhadap kepuasan pelanggan Indihome di PT. Telkom Lembong Bandung baik secara simultan maupun parsial.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penulis mengharapkan penelitian ini dapat memberi manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan, terutama yang berhubungan dengan kualitas pelayanan dan proses terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini diharapkan dapat berguna baik secara teoritis maupun praktis.

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 kualitas pelayanan 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 kualitas pelayanan 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 kualitas pelayanan 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 kualitas pelayanan dan proses yang diterapkan di PT. Telkom Lembong Bandung.

2. Bagi Perusahaan

- a. Memberi masukan untuk lebih memperhatikan kualitas pelayanan di PT. Telkom Lembong Bandung.
- b. Membantu meningkatkan proses pelayanan kepada pelanggan.
- c. Hasil penelitian diharapkan dapat membantu dalam memenuhi kepuasan pelanggan.

3. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini di harapkan dapat memberikan informasi, pengalaman, wawasan dan membuka paradigma baru bagi pembaca mengenai pentingnya kualitas pelayanan, proses dan kepuasan pelanggan.