# BAB I PENDAHULUAN

## Latar belakang penelitian

Perkembangan dan persaingan teknologi yang kian pesat saat ini menuntut setiap perusahaan untuk melakukan inovasi demi eksistensi perusahaannya. Adanya inovasi pada perusahaan membuat perusahaan dapat semakin berkembang dan dapat bersaing di pasar. Perkembangan teknologi dan informasi semakin tinggi dan kompleks. Salah satu produk yang mengalami perkembangan cukup pesat adalah produk layanan televisi berbayar. Kondisi persaingan yang semakin kompetitif mengharuskan perusahaan yang bergerak dibidang telekomusikasi secara berkesinambungan terus memperhatikan dan mempertimbangkan kepuasan pelanggan disamping pencapaian keuntungan.

Menurut (Abdullah, 2012) kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Kepuasan ini dapat dirasakan oleh pelanggan apabila pelayanan dan kepercayaan terhadap barang yang di beli maka pelanggan akan merasa nyaman dan tidak akan mudah pergi apabila faktor tersebut sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Pelanggan yang merasa puas pada pembelian pertama dan akan melakukan pembelian kembali *(re-buying)* atas produk pada perusahaan yang sama dan bersedia menjadi pelanggan tetap maka dapat diartikan pelanggan tersebut sebagai pelanggan yang loyal.

Adapun faktor pada penelitian yang dilakukan diketahui ada dua faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan atas produk yang ditawarkan perusahaan yaitu kualitas produk dan harga. (Abdullah, 2012) mendefinisikan produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan, atau dikonsumsi untuk dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Menurut (Armstrong, 2012) mendefinisikan, "kualitas produk sebagai kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya”.

Kualitas produk merupakan hal penting bagi konsumen, oleh sebab itu, kualitas produk merupakan salah satu hal yang perlu diperhatikan oleh perusahaan, karena kualitas produk yang baik akan dapat memberikan kepuasan pelanggan pada saat mengkonsumsi produk tersebut. Kualitas produk yang baik ini akan mampu memberikan rasa kepercayaan dalam diri pelanggan dalam penggunaannya yang kemudian menjadi motivasi pelanggan untuk membeli maupun menikmati produk tersebut terus-menerus.

Menurut (Jakfar, 2003) ”harga adalah sejumlah uang yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang atau jasa”. Harga merupakan salah satu dari bauran pemasaran yang mempunyai peran penting dan menjadi salah satu pertimbangan utama bagi sebagian besar pelanggan dalam mengukur kepuasaannya terhadap produk yang ditawarkan. Dengan demikian, harga yang ditawarkan perusahaan pada pelanggan bila dirasakan cocok maka kemungkinan besar pelanggan akan memutuskan untuk membeli produk atau jasa tersebut karena harga yang diharapkan konsumen sesuai dengan apa yang diinginkan.

Penelitian ini dilakukan pada PT. Telkom Cirebon yang bergerak di bidang telekomunikasi. Untuk memenuhi kebutuhan pelanggan di bidang komunikasi maka manajemen PT. Telkom menawarkan produk Indihome sebagai salah satu alternatif bagi pemenuhan kebutuhan pelanggan dalam mendapatkan informasi melalui media internet. Ada banyak jenis produk Indihome yang ditawarkan perusahaan dengan berbagai pilihan paket internet Indihome, sehingga kondisi ini dapat memberikan pilihan bagi pelanggan untuk menentukan jenis paket internet sesuai dengan kebutuhan dan kepentingan pelanggan.

Alasan perusahaan meluncurkan produk Indihome kepada pelanggan karena semakin berkembangnya teknologi informasi terutama terkait dengan media internet yang bisa diakses oleh siapa saja dan kapan saja untuk memperoleh informasi, data dan hiburan dalam pemenuhan kebutuhan pelanggan. Untuk itu, produk Indihome yang ditawarkan oleh perusahaan kepada pelanggan saat ini merupakan salah satu produk jaringan telekomunikasi yang handal dan mempunyai kualitas produk yang mampu memenuhi kebutuhan pelanggan. Produk Indihome merupakan penggabungan tiga layanan oleh perusahaan yang terdiri dari layanan telekomunikasi dan data atau yang disebut dengan *voice*, dengan layanan internet atau *Internet on Fiber* atau *High Speed Internet* dan layanan televisi interaktif seperti *USee* TV *Cable* dan IP TV sehingga hal ini sangat memudahkan pelanggan ketika ingin mendapatkan sebuah layanan terbaik dengan produk berkualitas.

Dengan penawaran produk Indihome yang berkualitas maka diharapkan perusahaan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan untuk melakukan pembelian ulang paket internet sesuai dengan jenis paket internet yang tersedia dan yang dibutuhkan oleh pelanggan. Pelanggan yang memutuskan berlangganan terhadap produk Indihome dari perusahaan dapat menunjukkan bahwa produk ditawarkan mampu memberikan nilai tambah dan manfaat seperti harapan pelanggan pada umumnya. Untuk itu, hal ini menjadi tantangan terbesar bagi manajemen PT. Telkom untuk dapat berusaha mempertahankan keberadaan kualitas produk Indihome agar terus mampu memberikan yang terbaik bagi pemenuhan kebutuhan pelanggan yang terus berubah dari waktu ke waktu.

Disamping kualitas produk tersebut, manajemen PT. Telkom Cirebon juga menawarkan harga produk internet yang mampu bersaing dengan produk internet dari pesaingnya. Oleh sebab itu, adapun kebijakan harga untuk produk Indihome agar dapat dipahami dengan baik dan benar. Adapun paket harga internet yang ditawarkan oleh perusahaan pada pelanggan mencakup sebagai berikut:

1. Harga paket Indihome *non-fiber* atau tembaga.

2. *Speedy* yang terbagi pada empat bagian kecepatan dari satu Mbps sampai dengan 5 Mbps dengan fitur gratis tambahan yang bisa dinikmati oleh para pengguna.

3. Harga paket Indihome *fiber optic* atau serta *optic* yang mempunyai enam pilihan kecepatan dari 10 Mbps sampai dengan 100 Mbps dengan gratisan layanan interaktif serta TV *online* yang telah disediakan dalam paket ini.

Berikut ini disajikan jenis data paket internet Indihome beserta harga paket tersebut yang ditawarkan oleh PT. Telkom Cirebon sebagai berikut:

Tabel 1 1

PT. Telkom Cirebon

Data Paket Internet dan Harga

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| No | Paket internet indihome | Speedy only | Speedy +telepon | Speedy + telepon + Use Tv |
| 1 | 100 Mbps | 2.750.000 | 2.785.000 | 2.855.000 |
| 2 | 50 Mbps | 1.500.000 | 1.535.000 | 1.605.000 |
| 3 | 20 Mbps | 500.000 | 535.000 | 605.000 |
| 4 | 10 Mbps | 250.000 | 285.000 | 355.000 |
| 5 | 5 Mbps | 180.000 | 215.000 | 285.000 |
| 6 | 3 Mbps | 150.000 | 185.000 | 255.000 |
| 7 | 2 Mbps | 125.000 | 160.000 | 230.000 |
| 8 | 1 Mbps | 105.000 | 140.000 | 210.000 |
| 9 | 512 Kbps | 65.000 | 100.000 | 170.000 |

Pada Tabel di atas dapat diketahui bahwa ada 9 (sembilan) paket internet Indihome yang ditawarkan kepada pelanggan dari 512 Kbps sampai dengan 100 Mbps dengan berbagai pilihan harga untuk tiap kriteria paket tersebut. Dengan demikian, pelanggan dapat menetapkan jenis paket internet Indihome yang dibutuhkan sesuai dengan yang diinginkan serta kemampuan keuangan dimiliki. Dengan berbagai pilihan paket internet Indihome di atas maka pelanggan atau masyarakat dapat menetapkan keputusan pembelian atas produk internet dari perusahaan.

Berbagai tindakan yang diterapkan oleh pihak manajemen Telkom, diharapkan dapat menarik pelanggan meningkatkan kepuasan pada pelanggan yang akan mendatangkan keuntungan Telkom sehingga dapat terus bertahan dari persaingan yang ada.

Kepuasan pelanggan merupakan tujuan pada setiap perusahaan, begitu pula dengan PT. Telkom. Adanya kepuasan pelanggan maka diharapkan pelanggan akan memerikan referensi kepada orang lain mengenai produk yang telah dibelinya sehingga tercipta kepuasan pelanggan yang merupakan tujuan akhir perusahaan demi kelangsungan hidup perusahaan. Berdasarkan pra survey yang telah dilakukan peneliti, telah terjadi ketidakpuasan dari pelanggan PT. Telkom Cirebon mengenai penetapan harga dan kualitas produk diantaranya inti kabel fiber optik yang digunakan oleh PT. Telkom sangat sensitif dan mudah rusak jika terjadi kontak fisik yang kuat, jaringan internet yang terkadang tidak stabil, dan rekaman pada chanel yang tersedia terkadang tidak berjalan dengan baik.

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka peneliti tertarik untuk membahas pada penelitian yang berjudul: **“Pengaruh Kualitas** **Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Indihome pada PT. Telkom Cirebon”**

## Rumusan masalah

## Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah dalam penulisan ini, adalah : Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan bagi para pengguna indihome?

* 1. **Identifikasi masalah**

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang masalah di atas, maka masalah yang dapat dirumuskan, sebagai berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan kualitas produk Indihome pada PT. Telkom Cirebon?
2. Bagaimana kondisi kepuasan pelanggan Indihome PT. Telkom Cirebon?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Indihome PT. Telkom Cirebon?
4. Hambatan apa saja yang dihadapi PT Telkom Cirebondalam menghadapi kualitas produk?
5. Usaha apa saja yang dilakukan untuk menghadapi hambatan tersebut?

## Tujuan dan kegunaan penelitian

### Tujuan penelitian

Tujuan penelitian dilakukan oleh peneliti, yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan produk Indihome dari PT. Telkom Cirebon.

2. Untuk mengetahui apa hambatan dan upaya terhadap kualitas produk indihome

### Manfaat penelitian

Manfaat dari penelitian ini yaitu:

1. Bagi manajemen PT. Telkom Cirebon

Sebagai masukan agar dapat menawarkan harga yang terjangkau dan mampu bersaing disertai dengan kualitas produk yang handal seperti harapan pelanggan sehingga dapat memberikan bahkan meningkatkan kepuasan pelanggan untuk dimasa yang akan datang.

2. Bagi peneliti

Untuk menerapkan teori dan pengetahuan yang telah diperoleh selama diperkuliahan ke dalam masalah yang sebenarnya terjadi pada perusahaan terutama menyangkut kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan produk Indihome di PT. Telkom Cirebon.

3. Bagi peneliti selanjutnya atau pihak lain

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan referensi terutama bagi yang berminat pada permasalahan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan produk Indihome di PT. Telkom Cirebon.

## Hipotesis penelitian

Peneliti menggunakan teori Varibel Independen (X) yakni kualitas produk.

Menurut (Keller P. K., 2007)  yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Dengan mengaitkan hubungan tersebut dengan teori yang dikemukakan dengan indikator varabel (Y) yakni Kepuasan pelanggan

Berdasarkan pada kerangka pemikiran maka peneliti dapat menetapkan hipotesis sebagai berikut : “**Adanya Pengaruh antara Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome pada PT. Telkom Cirebon”**

## Lokasi dan lamanya penelitian

### Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di PT. Telkom Indonesia yang berlokasi di jalan Surya Negara No. 11, Pekalangan, Pekalipan, Kota Cirebon, Jawa Barat 45118.

### Lamanya Penelitian

Dalam melakukan penelitian di PT. Telkom Cirebon, penelitian dimulai pada bulan November 2018 dan berakhir pada bulan Maret 2019 seperti yang dapat dilihat pada tabel berikut: