

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

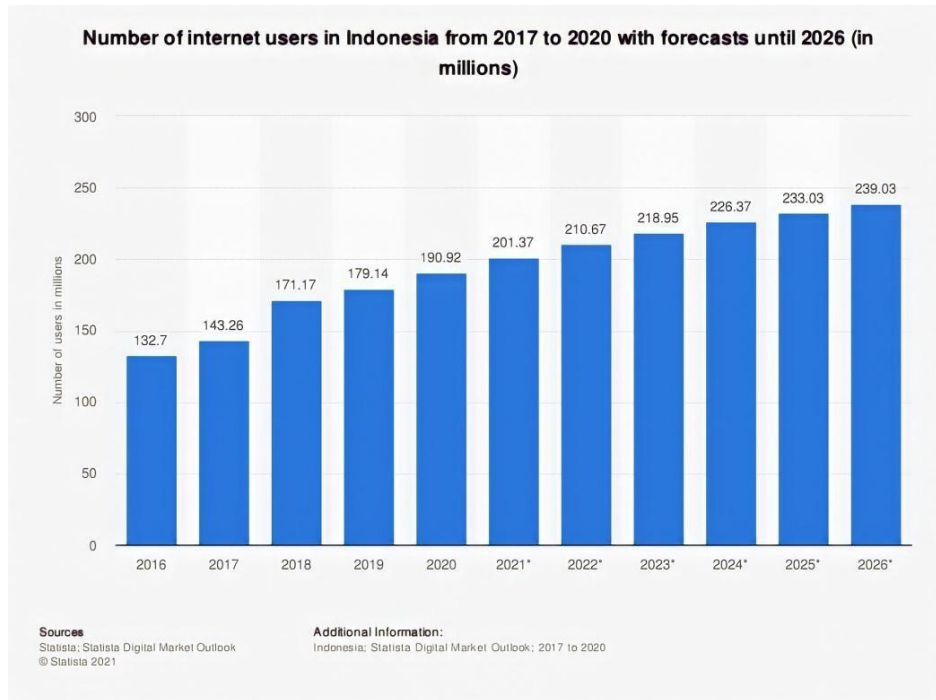
Pada era globalisasi, Teknologi informasi dan komunikasi merupakan sebuah media yang digunakan dengan tujuan mentransfer data/informasi baik dalam memperolehnya maupun memberikan informasi kepada orang lain serta dapat digunakan sebagai alat berkomunikasi dan telah menjadi bagian dari gaya hidup manusia. Teknologi informasi telah membuka mata dunia akan sebuah dunia baru, interkasi baru, *market place* baru, dan sebuah jaringan bisnis dunia yang tanpa batas. Perkembangan teknologi informasi yang pada awalnya hanya melalui surat menyurat, berkembang melalui media telepon koin ataupun telepon rumah, dan pada saat ini menggunakan telepon bergerak tanpa kabel yang lebih di kenal dengan *handphone*.

Sejalan dengan perkembangan teknologi informasi saat ini pemenuhan kebutuhan dapat diperoleh melalui media yang lebih modern yaitu dengan memanfaatkan perkembangan teknologi internet. Teknologi internet memberikan kemudahan kepada para pengguna serta memberikan manfaat untuk mengakses informasi yang dibutuhkan, Maka dari itu teknologi internet mempunyai peranan penting di dalam kehidupan sehari-hari. Dengan banyaknya pengguna akses internet menjadi peluang untuk perusahaan-perusahaan telekomunikasi di Indonesia yang berusaha untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yaitu dengan menyediakan jasa jaringan Telekomunikasi atau jasa layanan internet.

Dengan adanya Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 46 Tahun 2021 Pasal (14) Tentang Penyelenggara Telekomunikasi, menteri menetapkan standar kualitas penyelenggara telekomunikasi yang wajib dipenuhi oleh setiap penyelenggara telekomunikasi tersebut. Penyelenggara jaringan telekomunikasi dapat menyelenggarakan jasa telekomunikasi dengan mendapat izin terlebih dahulu dari menteri. Penyelenggara jasa telekomunikasi diwajibkan untuk menyediakan fasilitas telekomunikasi yang menjamin adanya kualitas pelayanan jasa yang baik, komunikasi dituntut untuk tidak bersikap deskriminatif dalam memberikan pelayanan kepada pengguna jasa telekomunikasi.

masyarakat membutuhkan akses informasi yang beragam, mudah, cepat dan tanpa batas maka menjadi sebuah tantangan bagi perusahaan penyelenggara jaringan telekomunikasi di Indonesia untuk melakukan inovasi dalam penyediaan layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pasar agar dapat menarik minat calon pelanggan dengan memanfaatkan teknologi komunikasi yang terbaru. Penyelenggara jaringan telekomunikasi di Indonesia merupakan salah satu sektor yang penting dalam membantu pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Menurut Menkominfo berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), sektor informatika dan komunikasi memberikan kontribusi secara positif sebanyak 4,25% terhadap Produk Domestik Bruto Negara Indonesia. Penyelenggara jaringan telekomunikasi memiliki peran penting sebagai infrastruktur *digital*, karena menjadi tumpuan kekuatan ekonomi *digital* di Indonesia (kementerian Komunikasi dan Informasi, 2021). Maka dari itu, untuk lebih lanjutnya tercatat pengguna internet yang setiap tahunnya mengalami peningkatan yang cukup

signifikan dan menjadi peluang bagi perusahaan penyelenggara jaringan telekomunikasi di Indonesia yang dijelaskan sebagai berikut:



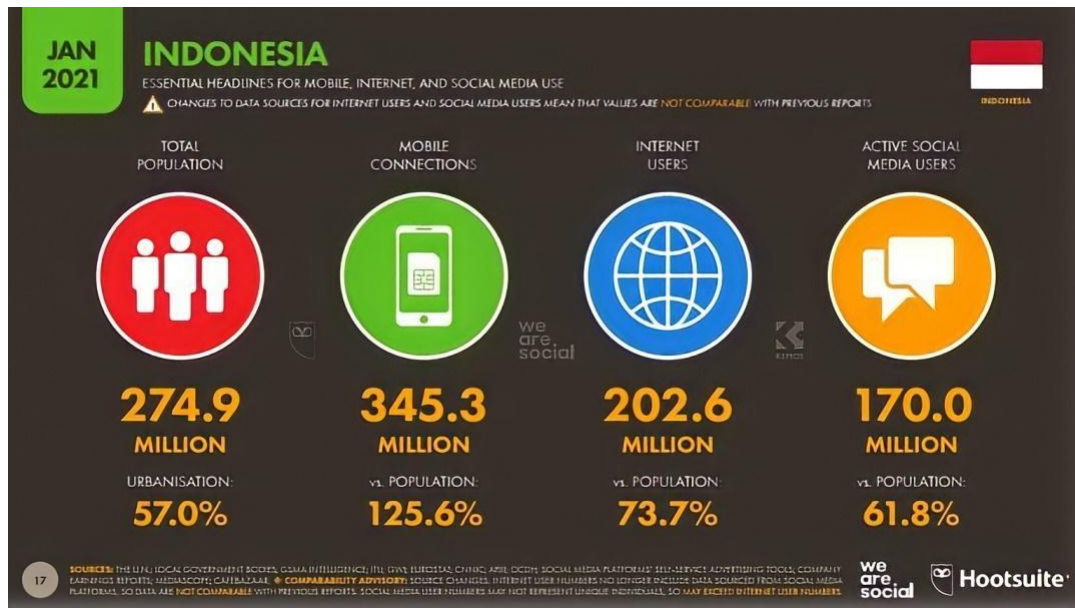
Sumber: data Statista 2021

Gambar 1.1

Number of Internet users In Indonesia 2016-2026

Berdasarkan data laporan Statista 2021, bahwa di setiap tahunnya pengguna internet di Indonesia mengalami kenaikan. Pada tahun 2020 pengguna internet di Indonesia mencapai 199,16 juta jiwa dan statista memprediksi bahwa pada tahun 2021 pengguna internet di Indonesia akan mencapai 212,35 juta jiwa.

Adapun data yang diperkuat berupa hasil survei *We Are Sosial* yang menyajikan jumlah internet Indonesia yang mencapai 202,6 juta jiwa bila dibandingkan dengan jumlah pengguna internet pada tahun 2020, ada kenaikan 15,5% atau lebih dari 27 juta jiwa dalam 12 bulan terakhir.



Sumber: *We Are Sosial*, 2021

Gambar 2.1 Pengguna Internet Indonesia 2021

Berdasarkan pada Gambar 1.2 data yang dirilis oleh *We Are Sosial* menyatakan bahwa total penduduk RI menyentuh di angka 274,9 juta jiwa. Ketika ada 202,6 juta pengguna internet, itu artinya 73,7% warga Indonesia sudah banyak menggunakan internet, tidak hanya pengguna internet Indonesia yang naik, jumlah perangkat *mobile* yang terkoneksi juga melonjak menjadi 345,3 juta dan pengguna aktif di media sosial berbagai platform bertambah 10 juta menjadi 170 juta. Dalam satu hari saja pengguna internet Indonesia rata-rata menghabiskan waktu sampai 8 jam 52 menit untuk mengakses internet. Artinya, tidak menutup kemungkinan bahwa masyarakat di Indonesia sudah menggunakan internet setiap harinya dan memberikan peluang bagi perusahaan penyelenggara jasa telekomunikasi di Indonesia. Perusahaan jasa telekomunikasi memberikan layanan tetap berupa TV kabel, Telepon rumah, dan akses internet. Berikut ini

beberapa Para Pesaing perusahaan jasa telekomunikasi Di Indonesia Yang menyediakan layanan internet tetap:

Tabel 1.1
Para Pesaing Perusahaan Jasa Telekomunikasi di Indonesia yang Menyediakan Layanan internet

No.	Nama Perusahaan
1.	Biznet Networks (Biznet)
2.	PT. First Media Tbk (First Media)
3.	PT. MNC Kabel Mediacom (MNC Media)
4.	PT. Cemerlang Multimedia (Megavision)
5.	PT. Telekomunikasi Indonesia (Indihome)

Sumber: Sumber: Investor *Daily* (2021-2022).

Berdasarkan tabel 1.1 dari ke lima para pesaing perusahaan yang menyediakan layanan tetap tersebut, Salah satunya yaitu produk Indihome merupakan layanan internet tetap dari PT. Telekomunikasi indonesia yang terdiri dari *internet on fiber* atau *high speed internet* (internet Cepat), *phone* (telepon rumah) dan *interactive TV* (UseeTV kabel). PT Telekomunikasi Indonesia Tbk, merupakan salah *provider* telekomunikasi terbesar di Indonesia yang bergerak dalam bidang telekomunikasi. Perusahaan ini menawarkan berbagai macam produk layanan untuk mempermudah masyarakat Indonesia berkomunikasi dan merasakan manfaat dari adanya perkembangan teknologi. Layanan telekomunikasi PT Telkom telah menjangkau beragam segmen pasar mulai dari pelanggan individu sampai dengan Usaha Kecil Menengah (UKM) serta perusahaan. masing-masing perusahaan itu sendiri mempunyai jumlah pelanggan yang berbeda setiap tahunnya. PT. Telekomunikasi indonesia yang menyediakan produk indihome tersebar diseluruh provinsi di Indonesia, terutama provinsi Jawa Barat yang terdapat data dari majalah harian Kompas tekno yang menunjukkan bahwa setiap tahunnya jumlah pelanggan layanan Internet Tetap dari tahun 2020-

2021 mengalami penurunan termasuk Layanan internet Indihome. Berikut adalah data jumlah pelanggan layanan Internet tetap di provinsi Jawa Barat yang mengalami penurunan tahun 2020-2021:

Tabel 1.2
Jumlah Pelanggan Jasa Layanan Internet di Provinsi Jawa Barat Tahun 2020-2021

No.	Produk	Jumlah Pelanggan Tahun 2020	Jumlah Pelanggan Tahun 2021
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 Media	978.298	1.260.320
5	Megavision	890.560	1.080.560

Sumber: Kompas Tekno (2021)

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat dilihat bahwa jumlah pelanggan Indihome menurun dari tahun 2020-2021. Di bandingkan dengan Biznet, Firstmedia, MNC Media dan Megavision penurunan ini dikarenakan semakin banyaknya pesaing penyedia jasa layanan internet dengan belomba-loba menawarkan harga-harga yang kompetitif dan juga produk yang bervariasi. Pelanggan indihome pada tahun 2020 memiliki jumlah 2.097.000 pelanggan sedangkan pada tahun 2021 berjumlah 1.539.657 pelanggan mengalami penurunan sebanyak 557.343 pelanggan. Data di atas menunjukkan data yang terdapat di wilayah Jawa Barat, Jawa Barat Adapun terdapat data jumlah pelanggan yang tersebar di provinsi Jawa Barat salah satunya adalah di wilayah Bandung yang menurut survei apjii pada tahun 2020 sebanyak 82,5% dari jumlah penduduk yang sudah menggunakan internet. Berikut Data Jumlah Pelanggan Layanan internet yang berada di wilayah Bandung tahun 2020-2021:

Tabel 1.3
Jumlah Pelanggan Jasa Layanan Internet di Wilayah Bandung
Tahun 2020-2021

No.	Produk	Jumlah Pelanggan Tahun 2020	Jumlah Pelanggan Tahun 2021
1	Indihome	129.803	125.738
2	Biznet	95.941	113.374
3	Firstmedia	98.783	110.465
4	MNC Media	57.725	60.742
5	Megavision	69.432	72.654

Sumber: Kompas Tekno 2021

Berdasarkan Tabel 1.3 jumlah pelanggan Indihome di wilayah Bandung juga cenderung mengalami penurunan dari tahun 2020 ke tahun 2021. Banyaknya Para Pesaing Jasa Layanan Internet di wilayah Bandung yang mengakibatkan terjadinya penurunan pelanggan, maka dari itu PT. Telekomunikasi Indonesia harus berupaya untuk mendapatkan pelanggan baru, dan mempertahankan pelanggannya serta mencari cara untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan agar tidak berpindah ke perusahaan yang lain.

Permasalahan menurunnya pelanggan ini tidak hanya menjadi perhatian untuk perusahaan pusat saja, melainkan juga sangat diperhatikan oleh bagian Kantor Cabang Wilayah yaitu Kantor Witel (Wilayah Telkom) dan Kantor STO (Cabang wilayah dari Kantor Witel) yang lebih khusus secara langsung berinteraksi dengan pelanggan. Salah satunya Kantor Witel di wilayah Bandung Barat yang membawahi 5 STO (Sentral Telepon Otomatis) Telkom diantaranya adalah STO Telkom Rajawali, STO Telkom Cimahi, STO Telkom Banjaran, STO Telkom Soreang, dan STO Telkom Majalaya. Untuk dapat melakukan penelitian ini, Terdapat data jumlah pelanggan pada Kantor Witel Bandung Barat yang membawahi 5 STO Telkom tersebut. Berikut data Jumlah Pelanggan

layanan Internet indihome di Witel Bandung Barat pada tahun 2020-2021:

Tabel 1.4
Data Jumlah Pelanggan Layanan Internet Indihome Di STO
Majalaya Pada Tahun 2020-2021

No.	Witel Cabang (STO)	Jumlah pelanggan 2020	Jumlah pelanggan 2021
1.	STO Rajawali	9846	6510
2.	STO Cimahi	8355	5966
3.	STO Banjaran	5722	4561
4.	STO Soreang	5860	4647
5.	STO Majalaya	4224	3492

Sumber: Kpro.telkom 2020-2021

Berdasarkan tabel 1.4 didapat data Jumlah pelanggan layanan internet indihome di Witel Bandung Barat pada tahun 2020-2021, pada tahun 2021 di setiap STO mengalami penurunan pelanggan . Pada urutan ke 5 yaitu di STO Majalaya terdapat jumlah pelanggan yang paling sedikit, di tahun 2020 sebanyak 4.224 pelanggan sedangkan pada tahun 2021 sebanyak 3.492 pelanggan, dapat diperoleh jumlah pelanggan di STO Telkom Majalaya tersebut mengalami penurunan. Maka dari itu STO Telkom Majalaya yang pada saat ini sedang mengalami permasalahan dengan banyaknya pelanggan yang berhenti menggunakan layanan indihome. PT. Telkom menerapkan sistem pembayaran deposit untuk pelanggan produk indihome dan diduga salah satunya dampak dari banyaknya penurunan pelanggan yaitu adanya pemberlakuan pembayaran deposit yang dirasa memberatkan pelanggan. Padahal diberlakukannya pembayaran deposit guna untuk mengantisipasi pelanggan yang sering melakukan cabut-pasang dan merupakan tindakan preventif dari pelanggan yang kemungkinan tidak melakukan pembayaran tagihan. Untuk masalah lainnya yang terdapat pada kualitas produk indihome serta kualitas terhadap pelayanan yang akan dijelaskan

selanjutnya. Berikut ini data pelanggan layanan internet Indihome di STO Telkom Majalaya yang berhenti berlangganan hingga terjadinya penurunan pada bulan Januari-Desember 2021:

Tabel 1.5
Data Jumlah Pelanggan yang Berhenti Layanan Internet
Indihome di STO Telkom Majalaya Pada Tahun 2021

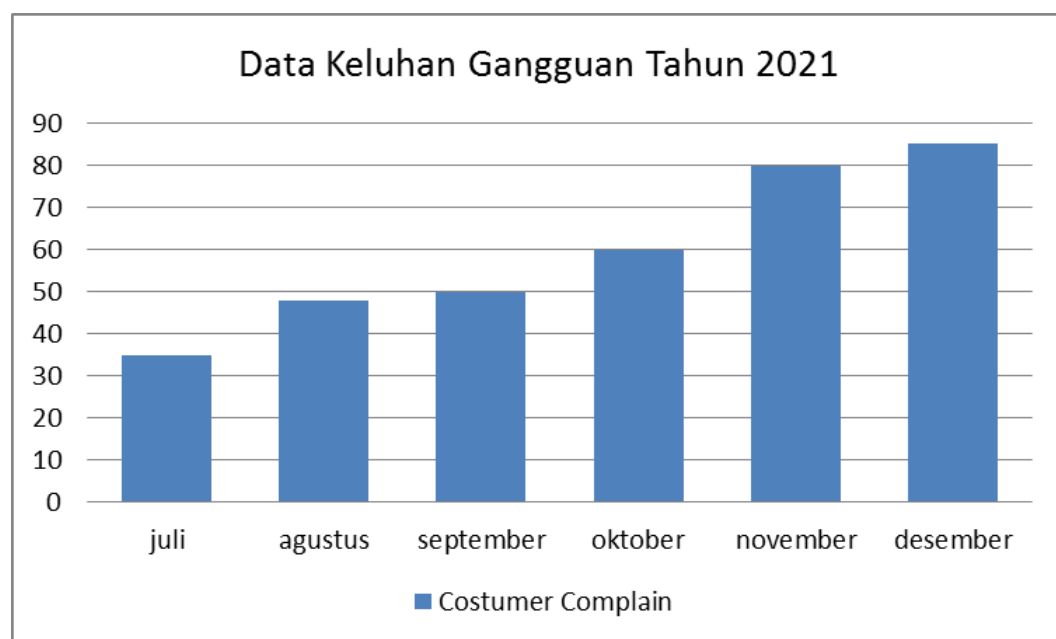
No.	Bulan	Jumlah Pelanggan yang Berhenti 2021
1.	Januari	32
2.	Februari	24
3.	Maret	19
4.	April	16
5.	Mei	14
6.	Juni	6
7.	Juli	17
8.	Agustus	34
9.	September	28
10.	Oktober	20
11.	November	20
12.	Desember	24
	Jumlah	254

Sumber: Nonatero.Telkom.ac.id

Berdasarkan tabel 1.5 dapat dilihat bahwa pelanggan yang melakukan pemberhentian pemasangan produk layanan indihome rata-rata masih banyak setiap bulannya, maka dari itu PT. Telkom memberlakukan adanya sistem deposito yang mewajibkan pelanggannya membayar seharga dengan 1x harga paket yang dipilih sebagai jaminan pelanggan tersebut, guna mengurangi angka cabut-pasang yang masih cenderung tinggi.

Suatu hal yang harus diperhatikan dalam masalah penurunan serta persaingan dengan perusahaan lainnya adalah hal utama bagaimana pelanggan menerima dan merasakan manfaat atau nilai dari suatu produk itu, pelanggan tersebut akan merasa puas dan tidak akan terjadi penurunan pelanggan apabila loyal dan komitmen pada produk tersebut baik. 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. Adapun hal yang dapat membentuk kepuasan atau ketidakpuasan melalui *consumer complain* pada layanan Indihome di Sto Telkom Majalaya:



Sumber: teknisi Telkom STO Majalaya

Gambar 1.3
Keluhan Gangguan Indihome STO Majalaya

Berdasarkan Gambar 1.3 grafik tersebut menjelaskan bahwa keluhan pelanggan terhadap layanan Indihome terhitung selama Bulan Juli 2021 sampai dengan Desember 2021 mengalami fluktuasi yang dapat mengakibatkan adanya ketidakpuasan pelanggan. Melihat laporan data keluhan gangguan dari pelanggan yang tinggi maka kecepatan dalam pelayanan penanganan *complain* gangguan merupakan suatu tuntutan yang harus dipenuhi oleh perusahaan, karena dalam hal ini pelayanan yang lambat dering dikaitkan dengan kemampuan perusahaan yang

berdampak luas menyangkut citra perusahaan dan citra produk itu sendiri. jika perusahaan lambat dalam melakukan pelayanan kepada pelanggan, dikhawatirkan pelanggan tersebut akan merasa ketidakpuasan dan berpindah ke produk dari perusahaan lain. karena kecepatan dalam melayani pelanggan merupakan salah satu keunggulan dalam pelayanan dan merupakan citra terbaik dari suatu produk yang di bisa ditawarkan oleh sebuah perusahaan. Apabila kualitas pelayanan maupun kualitas produk yang diterima pelanggan sesuai dengan yang mereka harapkan, maka kualitas pelayanan maupun kualitas produk tersebut akan dipresepsikan ideal. Mengenai pelayanan tersebut sebenarnya STO Telkom sudah menyediakan beberapa cara untuk dapat melayani pelanggan diantaranya adalah dengan datang langsung ke plasa STO Telkom terdekat atau *Call Center* Telkom. Selain itu, telkom juga menyediakan layanan berbasis aplikasi mobile yaitu aplikasi *MyIndiHome*.

Guna mengetahui lebih lanjut mengenai banyaknya pelanggan yang berhenti sehingga mengakibatkan menurunnya jumlah pelanggan yang menggunakan layanan indihome tersebut 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 STO Telkom Majalaya:

Tabel 1.6
Hasil Penelitian Pendahuluan Mengenai Menurunnya Jumlah
Pelanggan Indihome Di STO Telkom Majalaya

No	Variabel	Pernyataan	Tanggapan					Rata-Rata
			SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)	
1.	Kepuasan Pelanggan	dengan kekuatan Jaringan yang diberikan Indihome	2	3	8	10	7	2,43
		Saya Merasa Puas dengan Pelayanan Indihome pada saat Terjadi Gangguan	0	5	10	9	6	2,46
2.	Keputusan Pembelian	Indihome merupakan pilihan pertama saya dalam memilih layanan internet tetap.	2	12	10	5	1	3,3
		Saya tertarik berlangganan produk indihome pada saat penawaran	3	9	12	6	2	3,43
3.	Loyalitas Pelanggan	Akan merekomendasikan produk Indihome kepada orang lain	2	15	8	5	0	3,46
3.	kepercayaan	Saya akan berlangganan Produk Layanan internet indihome	2	6	16	6	0	3,13
		Saya percaya produk yang di tawarkan indihome memenuhi sesuai dengan kebutuhan.	5	13	10	1	1	3,6

Sumber: Data Hasil Prasurvei yang diolah oleh Peneliti

Berdasarkan hasil pra survei pada tabel 1.6 dapat dilihat bahwa kepuasan pelanggan di STO Telkom Majalaya memiliki skor rata-rata tidak setuju. 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 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 sasarnya. Menurut Kotler dan Keller dalam Priansa (2017:38) menyatakan bahwa bauran pemasaran adalah sekumpulan alat pemasaran yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya dalam pasar sasaran, salah satu bentuk strategi pemasaran yang mampu mendukung dalam memasarkan produk, untuk menciptakan kepuasan pelanggan 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. 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. Dilihat dari banyaknya pelanggan yang berhenti dan banyaknya keluhan pelanggan pada layanan Indihome di sto telkom majalaya yang di jelaskan pada tabel 1.5 dan gambar 1.6 secara umum kepuasan pelanggan terbentuk berdasarkan terpenuhinya kebutuhan dan harapan jika dua hal tersebut dapat dipenuhi maka pelanggan akan merasa puas.

Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang telah dirasakan dan dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan pelanggan merupakan faktor yang harus diperhatikan karena pelanggan merupakan alasan mengapa perusahaan dapat tetap eksis, dan tanpa pelanggan perusahaan tidak dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya. Melalui kedua penelitian terdahulu yang dijelaskan oleh penelitian Aditya Saputra dan Darilyas Putra tersebut dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Selanjutnya melihat fenomena yang terjadi, untuk mengetahui kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan indihome 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 di STO Telkom Majalaya. Hasil penelitian pendahuluan tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 1.7
Hasil Penelitian Pendahuluan Mengenai Bauran Pemasaran
Layanan Indihome Di STO Telkom Majalaya

No.	Bauran Pemasaran	Pernyataan	Tanggapan					Rata-Rata
			SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)	
1.	Produk	Produk indihome sesuai dengan standar dan kualitas yang Ditawarkan	2	3	10	10	5	2,56
		Jaringan yang terdapat pada produk indihome tetap stabil dalam kondisi cuaca Apapun	2	3	6	11	8	2,3
2.	Harga	Produk indihome memberikan harga yang terjangkau	6	10	12	2	0	3,6
		Harga yang di tawarkan sesuai dengan kualitasnya.	8	7	3	7	5	3,2
3.	Tempat	Kantor Layanan indihome tersedia di berbagai tempat	9	10	4	6	0	3,63
		Kantor penjualan produk indihome mudah di Akses	7	12	6	5	0	3,7
4.	Promosi	Indihome selalu memberikan informasi terkait adanya potongan Harga	10	10	9	1	0	3,96
		Promosi yang di lakukan sales indihome menarik,	6	10	12	1	1	3,63

Lanjutan Tabel 1.7

No.	Bauran Pemasaran	Pernyataan	Pernyataan					Rata-Rata
			SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)	
5.	Orang	Costumer care sangat handal dalam memberikan Pelayanan	2	3	10	10	5	2,56
		Pelayanan yang cepat apabila terjadi keluhan dan gangguan terhadap layanan indihome	3	4	8	10	5	2,66
6.	Proses	Prose untuk berlangganan indihome mudah Dilakukan	8	12	8	1	1	3,83
		Proses melakukan pengaduan gangguan jaringan dapat dilakukan kapan saja	6	10	8	4	2	3,4
7.	Bukti fisik	Tempat parkir pada kantor indihome yang memadai	10	8	10	2	0	3,8
		Kenyamanan pada ruangan kantor indihome	7	8	13	1	1	3,63

Sumber: Data Hasil Pra survei yang diolah Peneliti

Berdasarkan tabel 1.7 dapat diketahui hasil pra survei berdasarkan faktor-faktor bauran pemasaran yang mempengaruhi menunjukkan bahwa terdapat masalah pada pelanggan layanan indihome yang tidak setuju dengan produk (*product*) dan orang (*people*). Kualitas pada Produk indihome dinilai masih kurang puas terhadap jaringan yang disediakan begitupun pada jaringan yang masih kurang stabil dan banyak

gangguan. Dapat diketahui bahwa yang menjadi tolak ukur kepuasan pelanggan di Indihome STO Telkom Majalaya yaitu kualitas produk dan Kualitas pelayanan.

Faktor pertama dalam menentukan kepuasan pelanggan adalah kualitas produk. Dengan kualitas yang bagus dan terpercaya, maka produk senantiasa akan tertanam di benak pelanggan, karena pelanggan bersedia membayar sejumlah uang untuk produk yang berkualitas. Untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan maka diperlukan suatu standarisasi kualitas. Cara ini dimaksud untuk menjaga agar produk yang dihasilkan memenuhi standar yang telah ditetapkan sehingga konsumen merasakan kepuasan terhadap produk yang bersangkutan.

Menurut Kotler dan Amstrong (2017:275) Pemasar yang tidak memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan akan menanggung ketidakpuasan pelanggan sehingga penjualan produknya pun akan cenderung menurun. Dengan demikian kualitas produk mempunyai dampak langsung pada pelanggan, oleh karena itu kualitas berhubungan erat dengan kepuasan pelanggan.

Kemudian faktor yang kedua adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan pada indihome di STO Telkom Majalaya 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 (2017:154) 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. Sesuai dengan konsep kepuasan konsumen. Bahwa kepuasan konsumen dapat tercapai bila kinerja yang dirasakan sesuai dengan harapan konsumen.

Berdasarkan latar belakang dan fenomena yang telah dijelaskan di atas, maka dalam penelitian ini peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dan menjadi permasalahan yang terjadi sebagai topik penelitian dengan mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Layanan Indihome (Survei Pada Pelanggan Indihome Di STO Telkom Majalaya)”**.

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka peneliti dapat mengidentifikasi dan merumuskan yang dilakukan dalam penelitian ini. Identifikasi masalah diperoleh dari latar belakang penelitian, sedangkan rumusan masalah merupakan gambaran dari permasalahan yang akan diteliti. Pada hakekatnya permasalahan merupakan gambaran dari sebuah akibat. Penelitian ini digunakan untuk mendapatkan data yang berguna untuk memecahkan permasalahan tersebut.

1.2.1 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang di atas, maka identifikasi masalah pada

penelitian ini adalah:

1. Ketatnya Persaingan perusahaan diantara penyedia jasa layanan Internet Di Indonesia
2. Menurunnya jumlah pelanggan layanan Internet Di Indonesia Tahun 2019-2020.
3. Jumlah pelanggan Layanan Internet di wilayah Bandung Tahun 2019-2020 cenderung mengalami penurunan.
4. Jumlah Pelanggan Layanan Internet Indihome tepatnya di STO Telkom Majalaya pada tahun 2020-2021 berada di posisi Paling Rendah di bandingkan STO Lainnya.
5. Banyaknya pelanggan yang *Complain* terhadap adanya keluhan jaringan layanan indihome di STO Telkom Majalaya.
6. Rendahnya kepuasan pelanggan pada kekuatan jaringan yang diberikan indihome.
7. Rendahnya Pelayanan yang diberikan indihome pada saat terjadi Gangguan
8. Rendahnya kualitas Jaringan indihome yang belum sesuai dengan standar dan kualitas yang Ditawarkan.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang dan identifikasi masalah yang dikemukakan diatas, maka rumusan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan pelanggan mengenai kualitas produk yang sudah ditawarkan oleh Indihome STO Telkom Majalaya.

2. Bagaimana tanggapan pelanggan mengenai kualitas pelayanan yang diterapkan oleh kantor pelayanan Indihome di STO Telkom Majalaya.
3. Bagaimana tanggapan pelanggan mengenai kepuasan pada produk dan pelayanan indihome di STO telkom Majalaya.
4. Seberapa Besar Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Layanan Indihome Baik secara simultan maupun parsial.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Tanggapan pelanggan mengenai kualitas produk yang diberikan oleh Indihome STO Telkom Majalaya
2. Tanggapan mengenai kualitas pelayanan yang diterapkan oleh kantor pelayanan Indihome di STO Telkom Majalaya
3. Tanggapan kepuasan pelanggan Indihome di STO Telkom Majalaya
4. Besarnya pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan indihome STO Telkom Majalaya baik secara parsial maupun simultan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Dengan dilaksanakannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik bagi peneliti sendiri, tetapi tulisan ini juga dapat berguna bagi mereka yang membacanya secara langsung maupun tidak

langsung bagi berbagai pihak yang terlibat dalam kegiatan ini, secara teoritis maupun praktis mengenai manajemen pemasaran pada Layanan Internet Indihome.

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan ntuk mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang manajemen pemasaran dan sebagai bahan pedoman penelitian lebih lanjut atau pertimbangan bagi penelitian lain yang berkaitan dengan variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan pada layanan indihome.

1.4.2 Kegunaan Praktis

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

1. Bagi peneliti
 - a. Dapat memperdalam pengetahuan dalam bidang pemasaran khususnya mengenai kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan indihome.
 - b. Dapat memperdalam pengetahuan dalam bidang pemasaran khususnya mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan indihome.
 - c. Memahami permasalahan yang terjadi pada pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan indihome.
 - d. Mengetahui dan Memahami hasil dari pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan indihome.
2. Bagi perusahaan:

- a. Perusahaan diharapkan dapat lebih meningkatkan kualitas produk yang diberikan untuk pelanggan.
 - b. Perusahaan diharapkan dapat lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.
 - c. Perusahaan diharapkan dapat lebih meningkatkan pentingnya kepuasan pelanggan.
 - d. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dalam menangani masalah yang berkaitan dengan pada pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan indihome.
3. Bagi Peneliti Berikutnya:
- a. Membantu pembaca untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
 - b. Hasil penelitian dijadikan referensi atau masukan yang bermanfaat bagi pembaca yang melakukan penelitian dalam bidang yang sama.