

BAB I

PENDAHULUAN

A. 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 telekomunikasi secara berkesinambungan terus memperhatikan dan mempertimbangkan kepuasan konsumen disamping pencapaian keuntungan. Kepuasan dapat dirasakan oleh konsumen apabila pelayanan dan kepercayaan terhadap barang yang di beli maka konsumen akan merasa nyaman dan tidak akan mudah pergi apabila faktor tersebut sesuai dengan kebutuhan konsumen. Konsumen yang merasa puas pada pembelian pertama dan akan melakukan pembelian kembali (*re-buying*) atas produk pada perusahaan yang sama dan bersedia menjadi konsumen tetap maka dapat diartikan konsumen tersebut sebagai konsumen yang loyal.

Untuk dapat bersaing dan berkembang maka perusahaan dituntut untuk mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan memberikan pelayanan yang terbaik dan berkualitas. Suatu perusahaan juga perlu melakukan pendekatan kepada konsumen untuk dapat mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen. Maka dengan begitu konsumen akan mendapat kepuasan tersendiri dan merasa dihargai sehingga mereka senang dan bersedia untuk menjadi pelanggan tetap. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen diantaranya, harga merupakan salah satu faktor pertama yang mempengaruhi kepuasan konsumen

Adapun faktor pada penelitian yang dilakukan diketahui ada dua faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan atas produk yang ditawarkan perusahaan yaitu pelayanan produk dan harga. Thamrin dan Francis (2012: 153) mendefinisikan produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar

untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan, atau dikonsumsi untuk dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Semakin sesuai standar yang ditetapkan maka akan dinilai produk tersebut semakin berkualitas. Pelayanan merupakan hal penting bagi konsumen, oleh sebab itu, pelayanan merupakan salah satu hal yang perlu diperhatikan oleh perusahaan, karena pelayanan yang baik akan dapat memberikan kepuasan konsumen pada saat mengkonsumsi produk tersebut. Pelayanan yang baik ini akan mampu memberikan rasa kepercayaan dalam diri konsumen dalam penggunaannya yang kemudian menjadi motivasi konsumen untuk membeli maupun menikmati produk tersebut terus-menerus. Hasil penelitian terdahulu pada tahun 2013 juga menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari Pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Menurut Kasmir dan Jakfar (2012), "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 konsumen dalam mengukur kepuasaannya terhadap produk yang ditawarkan.

Dengan demikian, harga yang ditawarkan perusahaan pada konsumen bila dirasakan cocok maka kemungkinan besar konsumen akan memutuskan untuk membeli produk atau jasa tersebut karena harga yang diharapkan konsumen sesuai dengan apa yang diinginkan. Penelitian ini dilakukan pada **PT. Telkom Witel Metro Lampung** yang bergerak di bidang telekomunikasi.

Tabel 1 Tabel Pra Observasi PT.Telkom Witel Metro Lampung.

No	Pelanggan dan Calon Pelanggan	Pernyataan	Jumlah
1	Calon Pelanggan	Pemasangan indihome berdasarkan pada harga (price) yang sesuai dari produk PT Telkom Witel Metro	10
2	Calon Pelanggan	Pemasangan indihome berdasarkan pada brand image dari informasi pengguna indihome pada produk PT Telkom Witel Metro	7
3	Konsumen	Penambahan Kecepatan pada indihome konsumen berdasarkan pelayanan dari	9

		indihome PT Telkom Witel Metro	
4	Konsumen	Berlangganan produk indihome berdasarkan kepuasan pelanggan terhadap harga , citra merek, dan pelayanan dari PT Telkom Witel Metro	15

Sumber : Pra Observasi dari 41 pelanggan dan calon pelanggan di PT Telkom Witel Metro Lampung.

Dari hasil Pra Observasi yg saya jabarkan di atas, maka terdapat konsumen dan calon pelanggan yang berbagai macam kriteria ingin memasang dan yang sudah memasang produk indihome ini, dan tentu saja semua itu tidak terlepas dari bagaimanakah cara memasarkan produk indihome ini dengan **price (harga)** yang berbagai macam pilihan ke calon pelanggan dan informasi **brand image** dari pengguna kepada calon konsumen serta memberikan **pelayanan** yang membuat pengguna dan calon konsumen tertarik sehingga terciptalah suatu **kepuasan pelanggan** .

Setiap konsumen memiliki pendapat masing-masing mengenai produk Indihome yg di tawarkan kepada konsumennya, hal ini yang menjadi masalah sebenarnya ada tidak produk lain yang lebih bagus dari Indihome dan kenapa orang memilih produk indhome sebagai layanan internet meskipun diluar sana banyak produk-produk yang bisa bersaing dengan produk Indihome, adapun produk tersebut antara lain seperti first media, biznet home, my republic, GIG indosat, MNC Play dan CBN, Maka dari itu untuk memenuhi kebutuhan konsumen di bidang komunikasi maka manajemen PT. Telkom sendiri menawarkan produk Indihome sebagai salah satu alternatif bagi pemenuhan kebutuhan konsumen 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 konsumen untuk menentukan jenis paket internet sesuai dengan kebutuhan dan kepentingan pelanggan.

Adapun 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 Witel Metro 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. Kabel Berkualitas Indihome fiber optic atau serta serat optic berlapis kaca.
2. mempunyai enam pilihan kecepatan dari 10 Mbps sampai dengan 100 Mbps.
3. gratis layanan interaktif telfon rumah serta TV online yang telah disediakan dalam paket ini.

Kepuasan pelanggan merupakan tujuan pada setiap perusahaan, begitu pula dengan PT. Telkom. Adanya kepuasan pelanggan maka diharapkan

pelanggan akan memberikan 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 Witel Metro mengenai penetapan harga dan kualitas produk diantaranya inti kabel Viber optik yang digunakan oleh PT. Telkom sangat sensitif dan mudah rusak jika terjadi kontak fisik yang kuat, jaringan internet yang terkadang tidak stabil, dan sering terjadi gangguan pada jaringan yang berkepanjangan, keluhan konsumen tidak di tanggap dengan cepat serta harga yang terkadang meningkat dengan sendirinya.

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka peneliti tertarik untuk membahas pada penelitian yang berjudul **“PENGARUH PRICE, BRAND IMAGE,DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PRODUK INDIHOME PT. TELKOM METRO”**.

B. Identifikasi dan Perumusan Masalah

1. Identifikasi masalah

Berdasarkan hasil pra *survey* yang di lakukan di PT.TEKOM METRO, penulis menemukan beberapa masalah yang perlu untuk di lakukan identifikasi. Beberapa di antaranya yaitu :

1. Kurangnya pelayanan terhadap konsumen yang sering mengalami masalah gangguan pada jaringannya.
2. Penetapan *Price* (harga) yang kadang tidak sesuai dengan konsumen lainnya di karenakan terdapat berbagai promo pemasangan indihome.
3. Ketidaktahuan *Brand Image* (Citra Merek) konsumen dikarenakan seiring perkembangan zaman menjadi lebih modern dan orang” dikalangan perdesaan.
4. Kepuasan Terhadap Penggunaan Internet Indihome yang kadang di salah gunakan konsumen.

2. Perumusan Masalah

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka permasalahan yang akan diangkat adalah :

1. apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan produk Indihome dari PT. Telkom Witel Metro ?
2. Apakah brand image berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan produk Indihome dari PT. Telkom Witel Metro
3. Apakah Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan produk Indihome dari PT. Telkom Witel Metro ?
4. Apakah harga, brand image, dan pelayanan bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan terhadap produk indihome ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dilakukan oleh peneliti, yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan produk Indihome dari PT. Telkom Witel Metro
2. Untuk mengetahui pengaruh brand image terhadap kepuasan pelanggan produk Indihome dari PT. Telkom Witel Metro
3. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan konsumen terhadap kepuasan pelanggan produk Indihome dari PT. Telkom Witel Metro.
4. Untuk mengetahui pengaruh harga, brand image dan pelayanan konsumen terhadap kepuasan pelanggan produk Indihome dari PT. Telkom Witel Metro.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi manajemen PT. Telkom Witel Metro Lampung
Sebagai masukan agar dapat menawarkan harga yang terjangkau dan mampu bersaing disertai dengan kualitas produk yang handal seperti harapan konsumen sehingga dapat memberikan bahkan meningkatkan kepuasan pelanggan untuk dimasa yang akan datang.
2. Bagi peneliti
Untuk menerapkan teori dan pengetahuan yang telah diperoleh selama diperkuliahkan ke dalam masalah yang sebenarnya terjadi pada perusahaan terutama menyangkut pengaruh harga dan kualitas produk

terhadap kepuasan pelanggan produk Indihome di PT. Telkom Witel Metro Lampung.

3. Bagi peneliti selanjutnya atau pihak lain

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan referensi terutama bagi yang berminat pada permasalahan pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan produk Indihome di PT. Telkom Witel Metro Lampung.

E. Ruang lingkup penelitian

Lokasi dalam penelitian ini pelanggan atau konsumen yang menggunakan produk dari telkom, hal ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Price, Brand Image, Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Indihome Pt. Telkom Metro.

F. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam memahami skripsi ini secara keseluruhan, maka penulis menguraikan secara garis besar sistematika skripsi ini. Secara garis besar skripsi ini terdiri dari lima bab yang dibagi dalam sub-sub dan setiap sub mempunyai pembahasan masing-masing yang saling berkaitan antara yang satu dengan yang lainnya.

Sistematika penulisan dalam penelitian ini terdiri atas:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan tentang latar belakang penelitian, Identifikasi dan perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN TEORITIK

Bab ini akan dijabarkan mengenai deskripsi teori tentang label halal, label BPOM dan religiusitas serta keputusan pembelian konsumen, hasil penelitian relevan, dan kerangka pemikiran, dan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjabarkan mengenai metodologi pelaksanaan penelitian yang terdiri atas objek dan lingkungan kerja penelitian, operasional variabel, populasi dan sampel, tehnik pengumpulan data, tehnik analisis data uji persyaratan instrumen, uji persyaratan analisis dan uji hipotesis.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini dijabarkan mengenai hasil dari pengumpulan dan pengolahan data berupa gambaran umum objek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisikan mengenai kesimpulan dari hasil pengolahan data dan saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN