

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1 Latar Belakang

Pada masa globalisasi digital, keberagaman keinginan masyarakat pada suatu produk meningkat, baik kebutuhan pada produk yang berupa barang maupun jasa (Utami dkk, 2019). Selain itu, menurut Tjiptono & Diana, (2016 hlm. 195) lajunya perkembangan jasa saat ini menjadi faktor utama pada suatu perekonomian. Berikut faktor-faktor yang dapat memberikan pengaruh pada perkembangan jasa diantaranya ialah perubahan demografis, globalisasi, serta kemajuan pada teknologi. Kemudian kemajuan pada bidang telekomunikasi juga mempengaruhi perkembangan pada suatu jasa, seperti dengan adanya internet yang memberikan manfaat bagi kehidupan masyarakat. Maraknya penggunaan internet saat ini sejalan dengan adanya peningkatan pemakaian internet di Indonesia pertahunnya yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1. Penetrasi Pengguna Jasa Layanan Internet di Indonesia

<b>Tahun</b>	<b>Presentase Peningkatan Pengguna</b>	<b>Tital Populasi di Indonesia</b>	<b>Pengguna Interner di Indonesia</b>
2017	54,68%	262 jt	143,26 jt
2018	64,8%	264,16 jt	171,17 jt

Sumber : (APJII, 2017&2018)

Pada tabel diatas, dijelaskan bahwa survei yang dilakukan oleh APJII, didapat data bahwa pemakaian internet di Indonesia tahun 2017 sejumlah 143,26 juta orang. Kemudian tahun 2018 mengalami peningkatan menjadi sebesar 171,17 juta orang.



Sumber : (Haryanto, 2020)

Gambar 1. Hasil Survei Penetrasi Pengguna Internet tahun 2020

Inet.detik.com mengulas pernyataan Agus tri haryanto tentang tingkat konsumen internet di Indonesia di tahun 2020, dari hasil survei *We Are Social*, jumlah pengguna internet pada tahun 2020 meningkat dengan presentase sebesar 17% dari tahun sebelumnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebesar 175,4% dari total penduduk Indonesia pada tahun 2020 sebesar 272,1 juta merupakan pengguna internet. Selain itu data survei juga menunjukkan adanya peningkatan jumlah pengguna aktif media sosial sebanyak 160 juta orang (Haryanto, 2020). Faktor lain yang mempengaruhi peningkatan jumlah pengguna internet di Indonesia adalah sejak diterapkannya PSBB akibat wabah Covid-19. Penyebaran virus tersebut makin melonjak dengan jumlah 291.182 kasus. Sementara itu, daerah dengan kasus positif terbanyak adalah Jakarta dengan jumlah kasus sebesar 74.989 kasus (Kompas.com, 2020). Kondisi pandemi saat ini memberikan banyak perubahan dimasyarakat, terutama karena adanya peraturan untuk menghimbau masyarakat dalam menjaga jarak agar meminimalisir penyebaran virus. Sehingga, terdapat beberapa perubahan aturan kerja menjadi WFH serta perubahan aturan pembelajaran yang saat ini menjadi *online*, Survei yang dilakukan oleh BPS, menyatakan bahwa sebesar 73,85% karyawan melakukan WFH, dimulai pada saat diterapkannya PSBB hingga sekarang ini (Novianty, 2020).

Adanya perubahan-perubahan tersebut memberikan prospek yang kuat kepada perusahaan telekomunikasi untuk menyediakan koneksi jaringan Internet, salah Mahira, 2021  
**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN INDIHOME,**  
 UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen Program Sarjana  
 [www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

satunya yakni PT.Telkom Akses yang merupakan anak perusahaan dari PT.Telkom yang beroperasi dalam bidang fasilitator layanan konstruksi dan penataan prasarana jaringan. Indihome yaitu sebuah produk layanan digital berupa paket layanan jaringan internet dan wifi dengan pilihan paket yang beragam (Indihome.co.id, n.d.).

www.cnnindonesia.com mengulas pernyataan Arif Prabowo selaku VP *Corporate Communication* dari PT. Telkom terkait dengan peningkatan traffic pengguna sebesar 13% pada saat malam hari dan peningkatan sebesar 15% dari traffic rata rata. Ia juga mengatakan bahwa adanya aturan kerja WFH serta program belajar mengajar melalui *online* dimasa pandemi ini memiliki dampak terhadap peningkatan pengguna layanan internet Indihome. Dan ia mengatakan bahwa peningkatan pengguna Indihome pada bulan Maret sebesar 30% hingga 40% jika dibandingkan dengan bulan sebelumnya (CNNIndonesia,2020).

PT.Telkom Akses berkomitmen dalam menyediakan koneksi jaringan internet yang bermutu tinggi serta memastikan kepuasan pelanggannya (Anonymous, 2017). Kotler (2013,hlm.150) mendefinisikan Kepuasan pelanggan yaitu suatu perasaan senang atau tidak senangnya orang lain setelah menggunakan atau merasakan hasil dari suatu produk atau jasa yang diberikan. Kemudian, Tjiptono (2018 hlm.17) menerangkan kepuasan pelanggan yakni komponen penting dalam memastikan berhasil atau tidaknya perusahaan, lantaran tujuan perusahaan mampu dicapai bilamana pelanggan merasa puas terhadap jasa yang diberikan. Akan tetapi, berlandaskan pada ulasan dilaman web CNN Indonesia, Indihome menjadi *trending topic* di media sosial twitter lantaran para pelanggannya tidak merasa puas akibat jaringan Indihome yang sering bermasalah sehingga menghambat aktivitas pengguna Indihome ditengah pandemi covid-19. Dari pernyataan tersebut, maka dapat diindikasikan adanya masalah kepuasan pelanggan pada Indihome (CNN Indonesia,2020).

Kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh kualitas produk, bilamana pelanggan tidak puas dengan kualitas suatu produk yang diberikan, pelanggan akan merasa kecewa dan mencari produk lain yang dirasa lebih memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan (Astuti & Amanda, 2020 hlm.2). Adapun keunggulan produk indihome yakni menggunakan teknologi *fiber optic* sehingga jaringan lebih stabil dan cepat,

**Mahira, 2021**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN INDIHOME,**  
UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen Program Sarjana  
[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

kemudian pengiriman data mencapai 300Mbps, serta berdaya tahan di segala kondisi. Selain itu, Indihome juga mempersembahkan berbagai alternatif paket menarik sesuai kebutuhan pelanggannya (Indihome, n.d.).

Beberapa paket internet yang ditawarkan indihome, beberapa diantaranya yaitu paket regular Indihome 2P Internet + TV Opsi Music paket ini merupakan pilihan paket termurah yang ditawarkan Indihome dengan harga Rp 345.000. fitur yang ditawarkan yaitu kecepatan internet hingga 10Mbps, dengan 109 pilihan chanel TV, dan gratis fitur catchplay dan i-konser, kemudian paket gamers yang merupakan paket dengan harga yang lebih mahal dari paket internet lainnya seharga Rp 955.000. fitur yang ditawarkan adalah kecepatan internet hingga 100Mbps, dan pilihan 109 chanel TV dan gratis telepon selama 300 menit. Namun, terdapat beberapa keluhan pelanggan terkait dengan kualitas sinyal dan jaringan internet yang kurang stabil. (Ucu, 2020).



Sumber : detikInet.com

Gambar 2. Indihome Menjadi Trending Topic di Twitter

Berdasarkan peninjauan tim detikINET, terdapat sebanyak 30 ribu keluhan pengguna Indihome. hal ini dikarenakan mereka tidak dapat mengakses internet akibat kualitas jaringan yang buruk. Hal ini tentunya sangat disayangkan karena pada kondisi saat ini internet sangat diperlukan untuk menunjang berbagai aktivitas masyarakat (detikInet, 2020).

Hal tersebut sejalan oleh adanya riset menurut (Kasturi dkk,2019) yang menunjukkan kepuasan pelanggan mempengaruhi kualitas produk. Artinya kualitas

Mahira, 2021

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN INDIHOME**, UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen Program Sarjana [www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

produk memiliki hubungan erat terhadap kepuasan pelanggan Penelitian tersebut selaras oleh adanya penelitian pada tahun 2019 yang dilakukan (Cung & Rizki,2019) bahwasannya kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Demikian pula terkait jasa layanan internet Indihome, penelitian yang dilakukan oleh (Lesmana & Sari,2019), yang menunjukkan bahwasannya kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan diindikasikan pula menjadi komponen yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Lantaran kualitas pelayanan ialah suatu standar atau ukuran tingkat pelayanan suatu perusahaan kepada pelanggannya yang dilakukan dengan cara melengkapi kebutuhan dan keinginan pelanggan, hal ini bertujuan untuk dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan atas jasa yang telah diberikan (Wibowo & Fausi, 2017 hlm.8). Indihome berupaya dalam memberikan pelayanan yang baik untuk para pelanggannya. Seperti memberikan jaminan kemudahan dan kecepatan pelayanan dalam proses pembelian sehingga pengguna baru tidak menunggu terlalu lama untuk dapat menggunakan produk Indihome. Namun, tidak sejalan dengan tujuan yang diinginkan, indihome memiliki beberapa permasalahan yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan, karena dirasa *customer service* Indihome kurang responsif dan tidak membantu pelanggan menyelesaikan kendalanya (Ucu, 2020).

Mediakonsumen.com juga mengutip pernyataan dari Pricilla yang menerangkan beberapa konsumen indihome di wilayah Tanjung Priok mengutarakan keluhannya terhadap pelayanan yang diberikan pihak Indihome. diantaranya seringkali terjadi gangguan pada koneksi internet, kemudian *customer service* yang kurang responsif, serta perbaikan yang membutuhkan waktu yang lama. selain itu, sehingga mengakibatkan terhambatnya aktivitas konsumen (Sondakh, 2020).

Berdasarkan pada pernyataan keluhan pelanggan tersebut, seperti gangguan jaringan dan pelayanan *customer service* Indihome yang dirasa kurang mengatasi masalah yang dihadapi pelanggan menunjukkan bahwasannya Indihome belum maksimal dalam memenuhi apa yang diharapkan oleh konsumen, sehingga dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan pada produk Indihome. Selaras pula oleh adanya riset menurut (Caroline dkk,2017) yang mengemukakan bahwasannya kualitas

**Mahira, 2021**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN INDIHOME,**  
UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen Program Sarjana  
[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kemudian, riset yang dilakukan (Tjiptaningsih & Aryani, 2014) yang mengemukakan bahwasannya kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Demikian pula terkait dengan jasa layanan internet Indihome, riset menurut (Putri & Arry, 2016) mengemukakan bahwasannya kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga berdasarkan pernyataan diatas, dapat disimpulkan kepuasan pelanggan diraih dengan mempersembahkan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang baik kepada pelanggan.

Berlandaskan fenomena tersebut, penulis berkehendak untuk melakukan riset penelitian dengan tema kepuasan pelanggan pada produk Indihome dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Produk Indihome”**. Adapun alasan peneliti memilih variabel tersebut dikarenakan adanya permasalahan serta beberapa hasil penelitian yang berbeda, sehingga peneliti tertarik untuk menguji variabel-variabel tersebut.

## **I.2 Rumusan Masalah**

Berlandaskan latar belakang diatas, perumusan masalah pada riset ini yaitu diantaranya :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada produk Indihome?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada produk Indihome?

## **I.3 Tujuan Penelitian**

Berlandaskan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk membuktikan dan menganalisis apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada produk Indihome.
2. Untuk membuktikan dan menganalisis apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada produk Indihome.

## **I.5 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat kepada berbagai pihak, manfaat tersebut diantaranya :

1. Aspek teoritis

Penulis berharap riset ini mampu dijadikan tambahan pengetahuan bagi para pembaca dan penerapannya diharapkan mampu menjadi acuan dalam melakukan perbaikan. Selain itu, diharapkan riset ini dapat berguna sebagai tambahan referensi dan juga informasi pada penelitian sejenis dimasa yang akan datang.

2. Aspek Praktis

Diharapkan riset ini mampu merepresentasikan pengaruh daripada variabel-variabel yang digunakan. Sehingga, mampu dijadikan acuan dalam peningkatan kualitas dari segi produk maupun pada segi pelayanan didalam perusahaan.