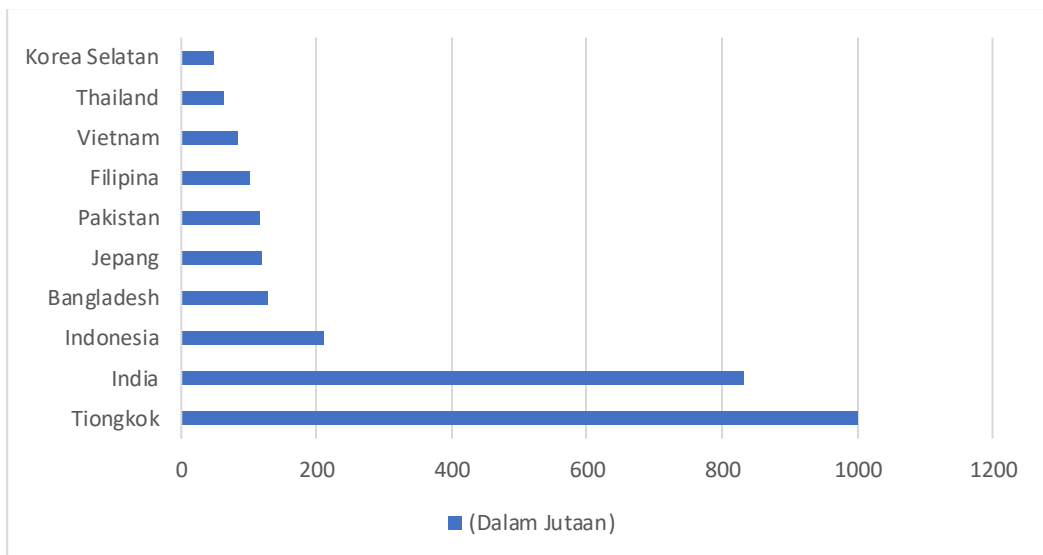


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman yang beranjak maju membuat individu cenderung melakukan digitalisasi di setiap aspek kegiatannya. Hal ini dilakukan agar dapat membuat seluruh kegiatannya menjadi lebih efektif dan efisien. Proses digitalisasi pada era globalisasi ini sebagian besar memanfaatkan internet sebagai salah satu komponen utamanya. Pada tahun 2022 Indonesia masuk ke dalam 3 besar pengguna internet terbanyak di Asia. Data tersebut tercantum dalam artikel yang ditulis oleh (Kusnandar, 2021) melalui katadata.co.id, berikut data lengkapnya:

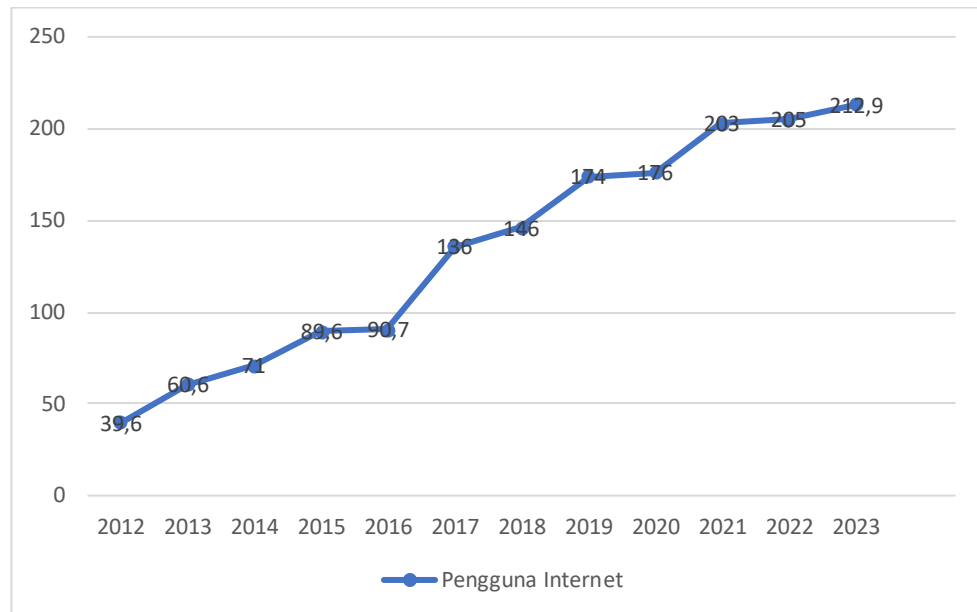


Sumber : (Katadata. 2021)

Gambar 1 Data Jumlah Pengguna Internet di Asia

Dalam data tersebut terlihat Tiongkok berada pada peringkat teratas dengan pengguna internet mencapai 1 Miliar diikuti dengan India dengan jumlah 833,7 juta dan Indonesia di peringkat ketiga dengan 212,4 juta pada tahun 2022. Pemanfaatan internet disertai dengan proses digitalisasi dan melibatkan teknologi memberikan dampak terhadap kehidupan masyarakat. Di Indonesia sendiri khususnya

mengalami peningkatan pengguna internet tiap tahunnya. Berikut data pengguna Internet di Indonesia dari tahun 2012-2023.



Sumber : (DataIndonesia,2023)

Gambar 2 Data Jumlah Pengguna Internet di Indonesia

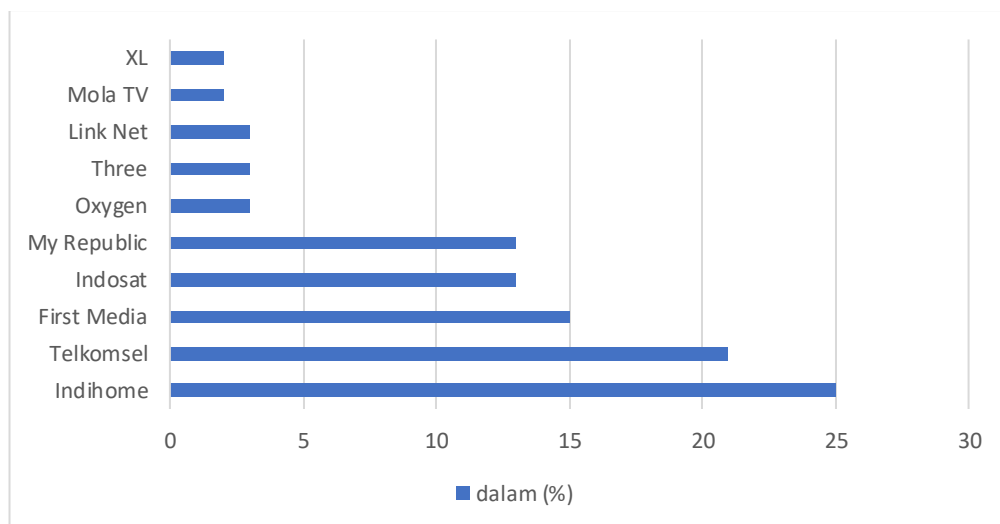
Berdasar data di atas yang ditulis oleh (Rizaty, 2023) melalui dataIndonesia.id menyatakan semakin meningkatnya pengguna internet di Indonesia tiap tahunnya. Terlihat pada bagan bahwa mulai dari Januari tahun 2013 terdapat 29,6 juta pengguna yang pada periode selanjutnya menyentuh 60,6 juta pada tahun 2014 hingga sekarang pada tahun 2023 terdapat 212,9 juta sedangkan tahun lalu berjumlah 205 juta.

Dengan besarnya penggunaan Internet di Indonesia mendorong banyak tempat untuk mendukung adanya fasilitas penyedia internet yang lebih dari melalui provider simcard. Cara lain untuk mengakses internet adalah dengan menggunakan wifi. Wifi adalah jaringan nirkabel yang digunakan untuk dapat terhubung ke internet. Jaringan wifi ini biasanya digunakan pada tempat-tempat yang banyak digunakan seperti kantor, rumah maupun tempat-tempat umum seperti stasiun hingga cafe. Hal ini bisa digunakan untuk kepentingan pekerjaan maupun keperluan pribadi. Kekuatan jaringan yang dimiliki oleh wifi beragam sesuai dengan hitungan Mbps atau per second. Lambat atau cepatnya wifi untuk mengakses internet dapat

mempengaruhi kinerja yang didapatkan oleh pengguna. Wifi sendiri memiliki berbagai merk yang biasanya digunakan oleh masyarakat Indonesia.

Beberapa macam merek wifi yang umum digunakan adalah Indihome, Biznet, Firstmedia dan lain-lain. Berdasarkan data yang ditulis oleh (Pahlevi, 2022), melalui laman katadata.co.id menghasilkan indihome berada pada posisi teratas dengan 67,5% diikuti dengan firstmedia 3,68% dan MNC 2,88%. Indihome banyak digunakan masyarakat karena memiliki keunggulan seperti internet yang stabil dan *unlimited*, telepon rumah yang bersuara jelas, tayangan TV yang populer, serta menggunakan fiber optic. Indihome juga memiliki slogan solusi internet cepat, berkelas, dan cerdas untuk aktivitas tanpa batas. Indihome ini juga sudah tersebar di seluruh Indonesia sehingga mudah untuk menjangkau para pengguna. Internet yang dimiliki dapat diakses hingga 300 Mbps yang dapat diakses hingga 25-30 perangkat.

Namun, dibalik kelebihan yang dimiliki dan jumlah pengguna yang banyak, Indihome juga memiliki beragam masalah yang membuatnya mendapatkan keluhan pelanggan terbanyak untuk perusahaan telekomunikasi menurut YLKI pada tahun 2021.



Sumber : (Katadata, 2022)

Gambar 3 Data Aduan Pelanggan Perusahaan Telekomunikasi 2021

Berdasarkan data yang ditulis oleh (Pahlevi, 2022) yang bersumber dari Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia atau YLKI yang disebarkan melalui website databoks Indihome berada pada posisi tertinggi diikuti oleh Telkomsel pada peringkat setelahnya dan Firstmedia pada urutan ketiga. Fenomena inilah yang membuat pertanyaan mengapa pengguna Indihome meningkat namun diiringi juga dengan tingginya tingkat aduan konsumen terhadap indihome.

Terdapat permasalahan lain seperti kondisi Indihome yang pernah mengalami trending di media social. Artikel tersebut termuat dalam dengan judul “Indihome Trending, Pengguna Mengeluh Koneksi Bermasalah” yang diterbitkan (CNN Indonesia, 2021) pada Kamis, 25 November 2021. Adapun inti dari artikel tersebut menjelaskan bahwa Indihome mengalami trending di Twitter karena kecepatan internet yang sangat rendah bahkan hanya 490Kbps. Hal tersebut terjadi kurang lebih selama 4 jam yang dapat menghambat kinerja dari pengguna Indihome. Terkait kecepatan internet Indihome juga di didukung oleh data yang ditulis oleh (Khoirunnisa, 2023) dan dirilis melalui selular.id sebagai berikut :

Tabel 1 Perbandingan Kecepatan Provider Wifi

No	Nama	Kecepatan Unduh /Mbps	Kecepatan Unggah /Mbps
1	MyRepublic	73,48	59,81
2	Biznet	69,75	64,63
3	XL Axiata	56,04	47,83
4	Indihome	51,98	28,81

Sumber : (Selular.id, 2023)

Pada data di atas terlihat Indihome pada posisi ke-4 dengan kecepatan unduh sebesar 51,98 Mbps sementara kecepatan unggah pada 28,81 Mbps. Indihome berada pada posisi paling bawah sementara provider yang berada di atasnya adalah XL Axiata, Biznet, dan MyRepublic pada posisi pertama. Hal ini berarti kecepatan yang dihasilkan indihome dapat dikatakan kurang baik sejalan dengan fenomena pada saat trending di twitter sebelumnya.

Sejalan dengan masalah yang dihadapi Indihome terdapat hasil penelitian yang dilakukan (Diotiharta et al., 2023) bahwa *brand image* memberikan pengaruh

terhadap kepuasan pelanggan, (Juliana, 2019) juga menghasilkan bahwa *brand image* berpengaruh terhadap *Customer satisfaction*. Hasil penelitian selanjutnya oleh (Iqbal & Indradewa, 2021) juga terdapat pengaruh *brand image* terhadap *Customer satisfaction* dan penelitian oleh (Altangerel & Munkhnasan, 2019) sejalan dengan menghasilkan *brand image* memberikan pengaruh kepada *Customer satisfaction*. Hal tersebut tidak sejalan dengan penelitian oleh (Rukhani, 2019) yang menghasilkan bahwa *brand image* tidak memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 2 Daftar *Price* Provider Wifi

No	Provider Wifi	Price Paket	Kecepatan /Mbps
1	Indihome	Rp 285.000	30
2	Firstmedia	Rp 275.000	30
3	Biznet	Rp 250.000	30
4	MyRepublic	Rp 250.000	30

Sumber : (Data Diolah, 2023)

Temuan fenomena selanjutnya terkait *price* berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa *price* yang dimiliki Indihome untuk paket termurah nya berada di posisi pertama dengan Rp 285.000 dengan kecepatan 30 Mbps. Diikuti oleh Firstmedia dengan *price* Rp 275.000 dengan kecepatan 30 Mbps. Lalu pada posisi ketiga ditempati oleh Biznet dan MyRepublic dengan *price* Rp 250.000 dengan kecepatan yang sama yaitu 30 Mbps.

Selain *brand image*, *price* juga dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan seperti dinyatakan pada riset yang dilakukan (Sitanggang et al., 2023) yang menghasilkan *price* mempengaruhi kepuasan pelanggan. Penelitian (Diotiharta et al., 2023) menyatakan bahwa terdapat pengaruh *price* kepada kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh (Rezky Pangeran Syafar Arsyad, 2023) menghasilkan *price* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, (Hanafia et al., 2023) juga menghasilkan *price* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sejalan dengan itu penelitian yang dilakukan oleh (Rianto et al., 2022) menghasilkan *price* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, (Juliana, 2019) *Price* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Namun berbanding terbalik

penelitian (Bansaleng et al., 2021) yang menghasilkan *price* tidak memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Dalam laman mediakonsumen.com terdapat beberapa komentar yang ditulis oleh para pengguna Indihome yang mengeluhkan terkait produk maupun pelayanan yang diberikan oleh pihak Indihome. Adapun beberapa komentar mengenai Indihome salah satunya menurut Catherin yang ditulis pada 16 Juni 2021, ia menyebutkan perasaan penyesalannya menggunakan Indihome karena lambatnya pelayanan yang diberikan. Sejalan dengan komentar yang diberikan oleh Adi 9 Februari 2020 yang menyatakan pelayanan dan respon yang lambat atas keluhan yang disampaikan melalui MyIndihome. Selanjutnya menurut Rohman pada 09 Februari 2020 menuliskan bahwa Indihome lebih mementikan profit daripada pelayanan yang diberikan. Terakhir Menurut Yulasty pada 9 Februari 2020 yang menyatakan keluhannya terhadap Indihome bahwa iuran yang dibayarkan tergolong besar namun produk yang diberikan tidak sesuai dengan kesepakatan dan teknisi yang tidak memberikan saran atas permasalahan yang dialami.

Keluhan-keluhan tersebut diposting melalui artikel dengan judul akhir cerita pahit saya dengan Indihome yang diposting oleh (Hamzano, 2023) pada 8 Februari 2020. Pada penilaian yang diberikan mengenai Telkom Indihome rating yang diterima adalah 2.4 dari 5 dengan total penilaian berjumlah 326 penilaian. Oleh karena itu rating yang diterima Indihome pada media konsumen terbilang rendah karena hanya mendapatkan kurang dari 50% dari nilai sempurna. Hal tersebut bisa disebabkan oleh ketidakpuasan konsumen atas pelayanan maupun produk yang diberikan Indihome.

Service quality sebagai komponen yang banyak dikeluhkan oleh pengguna juga turut menjadi hal yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Sejalan pada keluhan tersebut yang mengakibatkan Indihome tidak memberikan kesan yang baik kepada konsumen maka Indihome dirasa kurang tanggap untuk menangani masalah yang ada. Sehingga faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen terdapat salah satunya adalah *service quality*. Didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan (Sitanggang et al., 2023) yang menghasilkan bahwa *service quality* memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh (Bansaleng

et al., 2021) dan (Rezky Pangeran Syafar Arsyad, 2023) yang menghasilkan *service quality* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut juga dinyatakan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Juliana, 2019),(Nugraha & Soebiantoro, 2023) , dan (Puspasari et al., 2022) bahwa *service quality* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan (Abd-Elrahman, 2022), (Otman & kamarohin, 2022), (Vu et al., 2021), dan (Meida et al., 2022) yang menghasilkan bahwa *Service Quality* berpengaruh terhadap *Customer satisfaction*. Namun, hal tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Syahwi & Pantawis, 2021) yang menghasilkan bahwa *service quality* tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan pada fenomena-fenomena tersebut maka peneliti bermaksud untuk melakukan riset dengan tema kepuasan pelanggan dengan judul **“Pengaruh *Brand image*, *Price*, dan *Service Quality* Terhadap *Customer satisfaction* Indihome”**. Alasan peneliti memilih variabel ini karena terdapat fenomena yang mendukung serta terdapat perbedaan hasil dari beberapa peneliti membuat peneliti tertarik untuk melakukan pengujian variabel-variabel tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

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

1. Apakah *Brand image* berpengaruh terhadap *Customer satisfaction* Indihome?
2. Apakah *Price* berpengaruh terhadap *Customer satisfaction* Indihome?
3. Apakah *Service Quality* berpengaruh terhadap *Customer satisfaction* Indihome?

1.3 Tujuan Penelitian

Rumusan masalah telah dijelaskan peneliti, maka tujuan yang diharapkan diantaranya adalah :

1. Untuk mengetahui, menganalisa dan membuktikan pengaruh *brand image* terhadap *Customer satisfaction* Indihome.
2. Untuk mengetahui, menganalisa dan membuktikan pengaruh *price* terhadap *Customer satisfaction* Indihome.
3. Untuk mengetahui, menganalisa dan membuktikan pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer satisfaction* Indihome.

1.4 Manfaat Hasil Penelitian

Pada tujuan sudah dijelaskan, maka manfaat dari yang diharapkan oleh peneliti yaitu :

a Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat bermanfaat untuk mengembangkan wawasan dan pengetahuan untuk pembaca, peneliti, dan pihak lainnya yang menjadikan penelitian ini sebagai referensi dan bahan literatur tentang “Pengaruh *Brand image, Price, Service Quality* terhadap *Customer satisfaction.*”

b Manfaat Praktis

Hasil penelitian diharapkan mampu untuk memberikan saran untuk pengambilan keputusan pada perusahaan telekomunikasi khususnya penyedia internet dengan memperhatikan keluhan konsumen.