

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Seiring dengan pesatnya perkembangan zaman dan meningkatnya kebutuhan manusia, khususnya di bidang inovasi, data dan korespondensi, sehingga mendorong pembeli untuk membangun kekuatan pemanfaatan inovasi dalam kebutuhan sehari-hari mereka. Inovasi data dan surat menyurat yang pada mulanya sangatlah terbatas didalam memenuhi kebutuhan kesehariannya, kini sudah menjadi bagiannya yang tak terpisah ataupun sudah menjadi kebutuhan hidupnya. Pemuasan kebutuhan data yang umumnya dibatasi dapat diperoleh dari media cetak, baik majalah maupun surat kabar, setelah beberapa lama dapat diperoleh melalui media elektronik, baik radio maupun TV. Peningkatan inovasi data yang pada awalnya melalui surat menyurat, dibuat melalui telepon koin ataupun telepon rumah, serta pemanfaatan telepon seluler jarak jauh yang disebut juga handphone.

Sesuai adanya peningkatan data serta korespondensi, kini pemenuhan persyaratannya bisa di peroleh melalui media yang lebih mutakhir, lebih tepatnya dengan menggunakan peningkatan inovasi web. *Interconnected Network* (web) ialah sebuah kemajuan dalam inovasi data dan surat menyurat yang menawarkan kompleksitas, kewajaran, dan akomodasi.

Data tanpa batas dan akses yang lebih sederhana di zaman sekarang, diikuti oleh kemajuan inovasi data, membuat minat setiap individu terjawab dan korespondensi berjalan dengan baik. Berikut tampilan data pelanggan indihome di kota batam (Rizal & Efnita, n.d.2018).

**Tabel 1.1** Data Pelanggan Indihome Dikota Batam

TAHUN	TELPON	INDIHOME 2P	INDIHOME 3P
2020	402	911	787
2021	568	1045	881
2022	611	1105	912

**Sumber:** Indihome, 2022

Mulai dari organisasi, legislatif, asosiasi, dan individu Indonesia yang menggunakan PC, perangkat, dan web untuk mendapatkan berbagai data dan berbicara dengan orang lain di seluruh dunia. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia menyatakan bahwa klien web di Indonesia sampai akhir tahun 2017 mencapai 143,26 juta (naik 7,9% dari tahun sebelumnya) dari jumlah populasinya 262 juta orang (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2017). Tingkatan naiknya pemakai internet yang begitu tingginya memotivasi penyedia internet melakukan persaingan didalam melakukan pemenuhan pada kebutuhan akan internet dengan kelebihanannya dikalangan masyarakat (Parahyangan, Ekonomi, & Manajemen, 2018).

Adapun perusahaan yang menyediakan jasa dibidang internet ternama di Indonesia misalnya, Biznet, Firstmedia, IndiHome, Indosat Ooredoo, MNC Play Media. Dari informasi ini, sangat terlihat bahwa ada pilihan bundel dan kecepatan web yang berbeda yang disajikan oleh setiap pemasok akses jaringan. Biaya pertukaran yang ditimbulkan ketika bertukar pemasok sangat besar, meskipun ada

pemasok yang tidak membebankan biaya pendirian untuk perusahaan utama. Setelah memilih web, klien tidak dapat dengan tegas melepaskan keanggotaan dan beralih ke pemasok lain, ada kebutuhan keanggotaan dasar yang ditentukan dalam perjanjian yang telah disahkan oleh klien pada jam dimulainya pendirian. Persyaratan ini berbeda untuk setiap pemasok akses web, sebagian besar kontrak keanggotaan web adalah 1 tahun, jika web berakhir sebelum perjanjian berakhir, klien akan dikenakan biaya hukuman, yang jumlahnya berubah untuk setiap pemasok. mengeluh beberapa hari yang lalu. Peneliti memperoleh beragam tanggapan negatif dari pengguna Indihome, misalnya dalam hal laporan keluhan pelanggannya di akun Twitter resmi PT. Telekomunikasi Indonesia.

Berdasarkan gejala diatas maka penulis melakukan penelitian pendahuluan dengan melakukan sesi wawancara terhadap 15 pengguna layanan Indihome yang merasa tidak puas dengan produk fibernya. Hasil wawancaranya yaitu 12 dari 15 pengguna begitu kecewa dengan kualitas layanan yang di berikan Telkom dan memilih tindakan untuk berhenti berlangganan. Ketika konsumen memberikan keluhan, perusahaan memerlukan waktu lama didalam menjawab respon pelanggan. Dengan adanya perhatian masalah ini, makanya penulis terdorong ingin melangsungkan penelitiannya yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome Dikota Batam”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Sejalan dengan latar belakang permasalahan yang sudah teruraikan, tentunya bisa diambil beberapa identifikasi permasalahan yang ada, yaitu:

1. Harga paket indihome dikategorikan lebih mahal dibandingkan dengan penyedia jasa internet lainnya.
2. Sering terjadi hilang signal, pada saat kondisi hujan sehingga mempengaruhi kualitas kecepatan internet
3. Penyelesaian masalah komplain terhadap kerusakan peralatan pendukung internet lambat dalam perbaikan.

## **1.3 Batasan Masalah**

Demi tidak meluasnya pembahasan, peneliti pun memberikan batasan permasalahan didalam penelitiannya ini yang befokus pada variabel independennya yakni Persepsi harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) dan kualitas Pelayanan (X3) sedangkan variabel dependennya yakni Kepuasan Pelanggan (Y). Adapun yang menjadi responden pada pelanggan pada PT Indihome Kota Batam.

## **1.4 Rumusan Masalah**

Mengingat keterbatasan masalah diatas, peneliti dapat merumuskan masalah dalam penelitian ini, antara lain:

1. Apakah persepsi harga dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan IndiHome?

2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan IndiHome?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan IndiHome?
4. Apakah persepsi harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan IndiHome?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Relavan dengan perumusan masalah yang ada, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga pada kepuasan pelanggan IndiHome.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan IndiHome.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk pada kepuasan pelanggan IndiHome.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

#### **1.6.1 Manfaat Teoritis**

Melalui penelitiannya ini, manfaat teoritisnya bisa dijadikan pendasaran didalam menyusun skripsi mahasiswa/i terutama terkait pengaruh persepsi harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan IndiHome Batam.

### **1.6.2 Manfaat Praktis**

Manfaatnya yang bisa di pelajari dari penelitiannya ini yakni:

1. Bagi Penulis

Meningkatkan presepsinya peneliti dikarenakan bisa diaplikasikannya ilmu yang di dapati dari perkuliahannya.

2. Bagi PT Indihome Batam

Di harapkan perusahaannya bisa memperoleh kontribusinya yang positif dan konstruktif yang bisa memaksimalkan produktivitasnya disetiap pelanggannya.

3. Bagi Universitas Putera Batam

Di harapkan bisa dijadikan referensi serta sumber akademik yang bermanfaat, untuk beragam referensi dari berbagai kalangan akademik dan mahasiswa/i.

4. Bagi Peneliti

Di harapkan penelitiannya bisa dijadikan acuan maupun referensi bagi peneliti selanjutnya yang mempelari mengenai pengaruh harganya dan kualitasnya terhadap kepuasan pelanggannya.