

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Teknologi yang bertumbuh cepat mengubah pola masyarakat dalam mengakses serta menggunakan beragam layanan.. Salah satu bidang yang menunjukkan pertumbuhan yang sangat cepat sebagai dampaknya adalah sektor telekomunikasi. Tingkat persaingan yang semakin intens di sektor ini mendorong perusahaan untuk mengembangkan inovasi produk dan layanan yang mengikuti kebutuhan dan preferensi konsumen. Salah satu pendekatan pemasaran yang umum digunakan dalam industri telekomunikasi adalah strategi *product bundling*, yakni penggabungan beberapa produk atau layanan ke dalam satu paket dengan harga yang lebih kompetitif. Strategi ini dirancang untuk meningkatkan daya tarik konsumen terhadap produk, memperkuat loyalitas pelanggan, serta memperluas jangkauan dan penguasaan pangsa pasar.

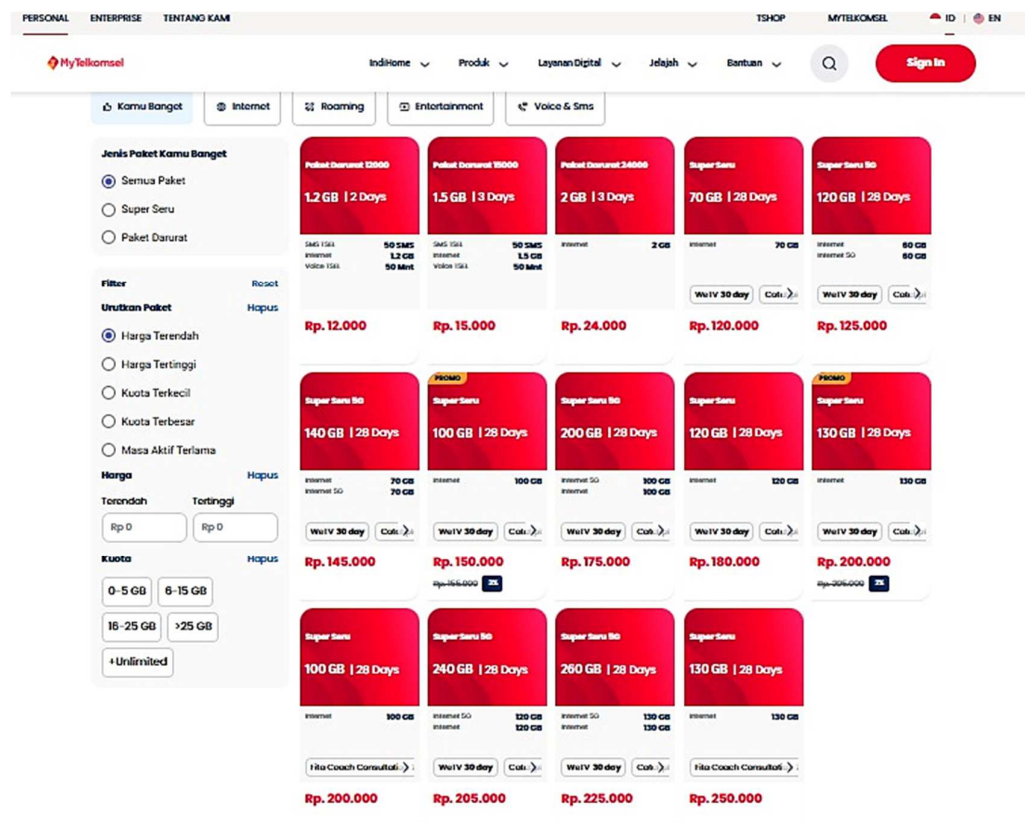


***Gambar 1.1 Logo MyTelkomsel***

**Sumber:** Google Play

Aplikasi MyTelkomsel sebagai platform layanan digital dari Telkomsel memiliki peran penting dalam memudahkan pelanggan mengakses informasi dan

berbagai penawaran menarik. Melalui aplikasi ini, pelanggan dapat melakukan pembelian paket data, membayar tagihan, hingga menikmati penawaran khusus. Dengan berbagai fitur ini, Telkomsel berupaya memberikan pengalaman yang lebih praktis dan nyaman bagi pelanggan dalam memenuhi kebutuhan telekomunikasi merek

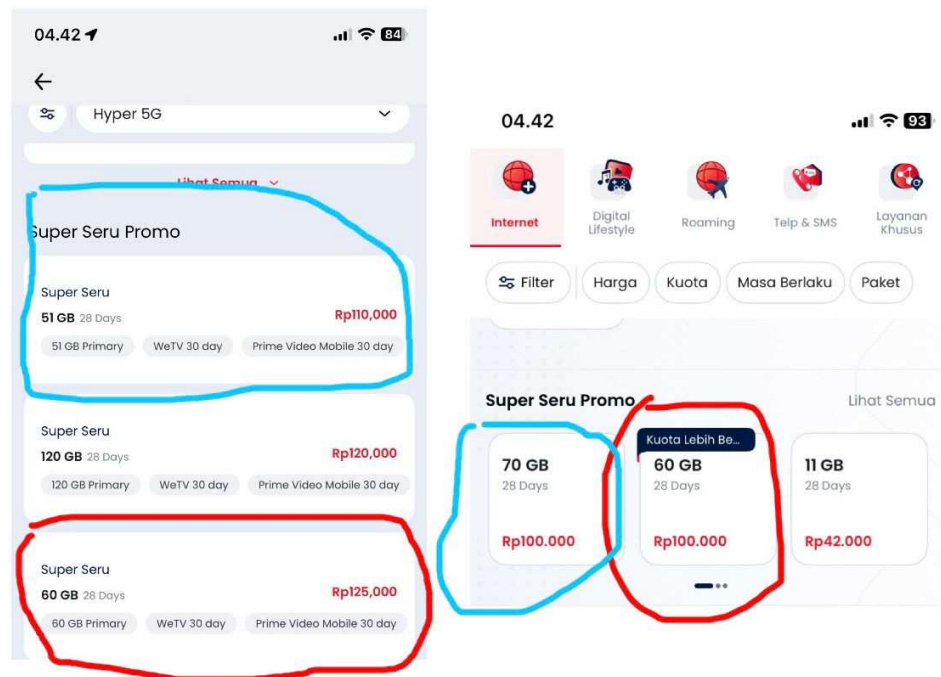


**Gambar 1.2** Product Bundling MyTelkomsel PraBayar

**Sumber:** <https://www.telkomsel.com/prabayar>

Meski strategi *product bundling* telah diterapkan, efektivitasnya dalam mendorong keputusan pembelian pelanggan masih belum maksimal. Sebagian pelanggan menilai bahwa pilihan bundling yang tersedia kurang sesuai dengan kebutuhan mereka, ditambah dengan adanya perbedaan penawaran antar pengguna

yang menimbulkan kesan ketidakseimbangan. Selain itu, kualitas layanan yang diperoleh sering tidak sepadan dengan harga yang ditawarkan, terutama ketika terjadi gangguan jaringan. Di samping itu, akses terhadap informasi melalui aplikasi MyTelkomsel masih menghadapi sejumlah hambatan, seperti informasi yang tidak lengkap, kurang akurat, atau sulit ditemukan. Faktor-faktor tersebut berpotensi menyulitkan pelanggan dalam proses pengambilan keputusan terkait pembelian *product bundling* yang ditawarkan melalui platform MyTelkomsel.



**Gambar 1.3** Perbedaan Tawaran Product Bundling antar sesama pengguna MyTelkomsel

**Sumber:** Penulis, 2025

Namun, berdasarkan tangkapan layar dari dua akun pengguna yang berbeda, ditemukan perbedaan mencolok dalam penawaran promo bundling, meskipun diakses dalam waktu dan kategori menu yang sama. Ketidakkonsistenan ini

memunculkan permasalahan penting terkait keadilan dan transparansi dalam penyediaan layanan digital.



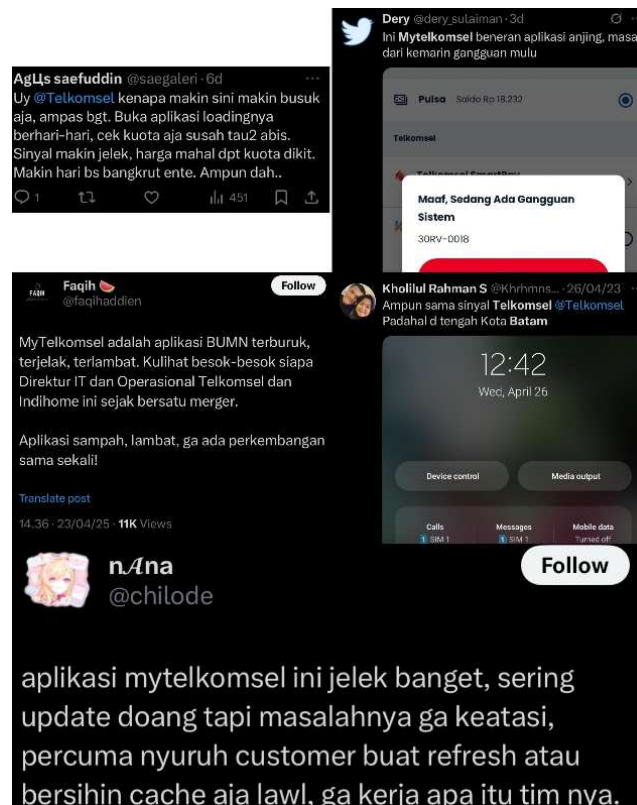
**Gambar 1.4** Keluhan konsumen tentang perubahan *product bundling*

**Sumber:** Twitter

Terdapat beberapa pelanggan mengalami kebingungan karena paket *product bundling* internet yang biasa mereka gunakan sering kali hilang atau diganti dengan penawaran baru yang belum tentu sesuai dengan kebutuhan mereka. Perubahan ini dapat menyebabkan ketidaknyamanan, terutama bagi pengguna yang telah menyesuaikan pola konsumsi data mereka dengan paket sebelumnya. Selain itu, paket pengganti yang disediakan sering kali memiliki variasi dalam hal harga, jumlah kuota, maupun manfaat tambahan lainnya, sehingga tidak selalu memberikan nilai yang setara atau lebih unggul dari paket sebelumnya bagi pelanggan. Hal ini menimbulkan tantangan bagi operator seluler dalam memengaruhi keputusan pembelian pelanggan, karena mereka cenderung mencari alternatif lain yang lebih stabil dan sesuai dengan preferensi mereka.

Di samping strategi *product bundling*, kualitas produk turut menjadi hal kunci dalam memengaruhi keputusan pembelian pelanggan. Dimensi kualitas ini meliputi keandalan jaringan, kecepatan akses internet, luasnya cakupan layanan, serta

tingkat responsivitas layanan pelanggan terhadap kebutuhan dan keluhan pengguna. Aplikasi MyTelkomsel, sebagai salah satu platform utama bagi pelanggan Telkomsel dalam mengakses layanan digital seperti pembelian pulsa, kuota internet, hingga pengecekan informasi akun, seharusnya mampu menghadirkan kemudahan, kecepatan, dan keandalan. Namun demikian, berbagai keluhan yang muncul di media sosial menunjukkan bahwa kualitas produk aplikasi MyTelkomsel masih jauh dari harapan banyak pengguna.



**Gambar 1.5** Keluhan Konsumen Terhadap Kualitas Aplikasi MyTelkomsel

**Sumber:** Twitter

Salah satu isu utama yang banyak dikeluhkan adalah buruknya performa aplikasi. Pengguna secara konsisten melaporkan bahwa aplikasi sering mengalami loading berkepanjangan, gagal login, dan bahkan tidak dapat diakses sama sekali

dalam waktu yang lama. Tidak jarang pula muncul pesan gangguan sistem tanpa penjelasan yang memadai. Kondisi ini sangat menghambat pengguna dalam mengakses informasi penting secara real time, terutama saat hendak melakukan transaksi pembelian. Dalam konteks ini, ketidakstabilan teknis langsung berdampak negatif terhadap keputusan pembelian pengguna karena menciptakan ketidakpastian, kebingungan, dan kehilangan rasa percaya terhadap aplikasi.

Secara keseluruhan, rendahnya kualitas produk MyTelkomsel, baik dari sisi teknis maupun dalam penanganan masalah, telah memberikan dampak negatif yang nyata terhadap keputusan pembelian pelanggan. Ketika kenyamanan dan keandalan dalam menggunakan aplikasi terganggu secara berulang, keinginan pengguna untuk bertransaksi menjadi menurun. Dalam jangka panjang, situasi ini berpotensi menyebabkan penurunan minat pembelian melalui aplikasi serta mendorong pelanggan untuk beralih ke platform atau penyedia layanan alternatif yang dianggap lebih responsif dan stabil.



**Gambar 1.6** Data Keandalan dan Konsisten Aplikasi Seluler Di Indonesia

**Sumber:** Opensignal *Mobile Network Experience Report*, Juni 2025

Berdasarkan laporan *Mobile Network Experience Report* dari Opensignal (Juni 2025), kualitas pengalaman jaringan pengguna yang ditawarkan oleh MyTelkomsel menunjukkan adanya ruang perbaikan dalam dua aspek penting: *Consistent Quality* dan *Reliability Experience*. Pada metrik *Consistent Quality*, Telkomsel hanya mencatatkan skor 66,2% — berada di bawah IM3 (71,8%) dan XL (69,0%). Indikator ini mencerminkan seberapa sering pengguna memperoleh pengalaman jaringan yang memadai untuk aktivitas sehari-hari seperti browsing, video call, dan streaming. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa secara konsistensi, MyTelkomsel masih tertinggal dibanding pesaing utamanya.

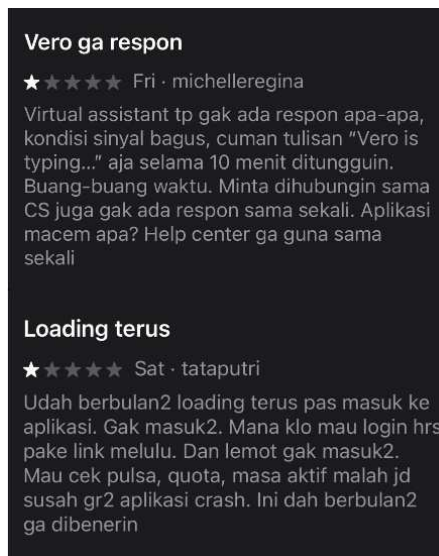
Hal serupa juga tercermin dalam skor *Reliability Experience*, di mana MyTelkomsel memperoleh nilai 827 dari skala 100–1000, lebih rendah dibanding XL (857) dan terutama IM3 yang memimpin dengan skor 878. Aspek reliabilitas ini berperan krusial dalam membentuk persepsi konsumen terhadap kualitas produk secara menyeluruh terutama dalam hal kestabilan jaringan dan minimnya gangguan/error saat mengakses layanan.

Kemudahan akses informasi merupakan salah satu aspek krusial dalam membentuk pengalaman pelanggan dalam menggunakan layanan digital, terutama dalam konteks aplikasi layanan seperti MyTelkomsel. Dalam era serba cepat dan berbasis teknologi saat ini, konsumen menuntut kejelasan, kecepatan, dan ketepatan informasi guna mendukung proses pengambilan keputusan, khususnya dalam melakukan transaksi seperti pembelian paket data, pengisian pulsa, atau pengelolaan langganan.



**Gambar 1.7** Keluhan Konsumen Dalam Akses Informasi di MyTelkomsel

**Sumber:** Twitter



**Gambar 1.8** Keluhan Akses Informasi Lewat Asisten atau Customer Service

**Sumber:** MyTelkomsel App Store (Iphone)

Namun, berdasarkan berbagai tanggapan dan keluhan pengguna yang tersebar di media sosial dan platform ulasan aplikasi, terlihat bahwa MyTelkomsel masih menghadapi tantangan serius dalam menyediakan akses informasi yang lancar dan

responsif. Salah satu keluhan paling menonjol berkaitan dengan tidak responsifnya fitur virtual assistant "Vero", yang kerap hanya menampilkan status "Vero is typing..." tanpa memberikan jawaban selama lebih dari 10 menit, meskipun koneksi jaringan berada dalam kondisi baik. Pengguna juga menyampaikan bahwa bantuan dari customer service sulit diperoleh, sehingga informasi yang dibutuhkan untuk mengambil keputusan pembelian menjadi terhambat.

Keterbatasan akses informasi ini tidak hanya memengaruhi kenyamanan dalam menggunakan aplikasi, tetapi juga berdampak langsung pada proses pengambilan keputusan pembelian. Ketika informasi sulit diakses atau tidak tersedia saat dibutuhkan, konsumen cenderung mengalami keraguan, ketidakpuasan, bahkan kehilangan kepercayaan terhadap layanan. Dalam banyak kasus, hal ini dapat menyebabkan penundaan atau pembatalan transaksi, serta mendorong konsumen untuk beralih ke penyedia layanan lain yang dianggap lebih dapat diandalkan.

Keputusan pembelian merupakan elemen krusial dalam menilai keberhasilan suatu layanan digital seperti aplikasi MyTelkomsel. Keputusan pembelian dalam hal ini mengarah pada proses di mana konsumen melakukan evaluasi, mempertimbangkan berbagai pilihan, dan akhirnya mengambil keputusan untuk melakukan transaksi terhadap suatu produk atau layanan seperti pembelian paket data, pulsa, maupun bentuk langganan lainnya melalui aplikasi digital yang disediakan. Namun demikian, realisasi proses tersebut kerap kali menghadapi berbagai hambatan yang berimplikasi pada menurunnya frekuensi transaksi serta berkurangnya tingkat kepercayaan pengguna terhadap aplikasi.

Merujuk pada berbagai ulasan dan masukan dari pengguna, terdapat sejumlah faktor yang menjadi penghambat dalam proses pengambilan keputusan pembelian melalui aplikasi MyTelkomsel, antara lain:

Pertama, Minimnya Respons pada Layanan Bantuan (*Customer Support dan Virtual Assistant*). Banyak pengguna melaporkan kesulitan dalam memperoleh informasi yang dibutuhkan menjelang transaksi. Fitur virtual assistant seperti “Vero” sering kali gagal memberikan tanggapan secara efektif, bahkan ketika jaringan dalam keadaan baik. Kondisi ini memperlambat proses pencarian informasi dan menimbulkan kebingungan, yang pada akhirnya mengganggu proses pengambilan keputusan.

Kemudian, Kinerja Aplikasi yang Tidak Optimal Aplikasi kerap mengalami kendala teknis seperti waktu pemuatan yang terlalu lama, kegagalan saat login, atau crash secara tiba-tiba. Gangguan ini berdampak negatif terhadap akses pengguna terhadap fitur-fitur penting, seperti pengecekan pulsa, kuota, dan masa aktif, sehingga menurunkan keyakinan pengguna untuk melanjutkan transaksi pembelian.

Selanjutnya, Menurunnya Persepsi terhadap Nilai Kemudahan dan Kecepatan. Banyak pengguna memilih Telkomsel karena ekspektasi terhadap akses layanan yang cepat dan efisien. Namun, ketika pengalaman pengguna tidak sesuai dengan ekspektasi tersebut, persepsi terhadap nilai layanan pun menurun. Hal ini secara langsung memengaruhi minat dan niat pengguna untuk melakukan pembelian kembali.

Secara keseluruhan, faktor-faktor di atas menegaskan bahwa keputusan pembelian dalam aplikasi MyTelkomsel sangat dipengaruhi oleh persepsi pengguna

terhadap kualitas layanan digital, yang mencakup kemudahan akses informasi, keandalan sistem, serta tingkat transparansi dalam penyampaian layanan.

Menindaklanjuti paparan latar belakang yang dijabarkan sebelumnya, peneliti melaksanakan penelitian di platform MyTelkomsel berjudul “**Pengaruh *Product Bundling*, Kualitas Produk, dan Kemudahan Akses Informasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen MyTelkomsel Prabayar di Kota Batam**”. Studi yang berfokus pada platform MyTelkomsel ini bertujuan ganda: pertama, untuk memahami secara utuh mengenai hal penentu keputusan pembelian, dan kedua, untuk memberikan masukan strategis yang dapat meningkatkan daya saing Telkomsel dalam industri telekomunikasi yang dinamis.

## 1.2. Identifikasi Masalah

Masalah yang diidentifikasi antara lain:

1. Konsumen menyampaikan keluhan bahwa pilihan paket *bundling* yang ditawarkan kerap kali tidak selaras dengan kebutuhan individu mereka, sehingga menimbulkan keraguan dan ketidakpastian dalam proses pengambilan keputusan pembelian.
2. Konsumen merasakan perbedaan yang signifikan dari penawaran *product bundling* dengan pengguna antar sesama telkomsel yang membuat mereka ragu untuk memutuskan untuk membeli.
3. Gangguan pada aplikasi MyTelkomsel, seperti bug dan error, menyebabkan kesulitan dalam mengakses dan memilih paket *bundling*, yang pada akhirnya menghambat proses pengambilan keputusan pembelian.

4. Kualitas server yang tidak konsisten, bahkan di area perkotaan, membuat konsumen meragukan efektivitas dan nilai dari produk bundling, sehingga memengaruhi keputusannya untuk membeli.
5. Upaya untuk menghubungi customer service pun tidak mendapat tanggapan, yang menimbulkan frustrasi pengguna dalam mengakses informasi di aplikasi MyTelkomsel
6. Informasi dalam aplikasi MyTelkomsel mengenai paket bundling sering kali tidak akurat atau tidak diperbarui, yang membingungkan konsumen dan menghambat proses pengambilan keputusan.

### **1.3. Batasan Masalah**

Beberapa batasan masalah ditetapkan agar penelitian ini tetap terarah dan fokus pada topik yang dibahas, diantaranya:

1. Variabel yang diteliti meliputi produk bundling, kualitas produk, kemudahan akses, serta keputusan pembelian.
2. Produk yang menjadi objek penelitian adalah MyTelkomsel PraBayar yang tersedia di Aplikasi MyTelkomsel.
3. Responden penelitian ini merupakan warga Kecamatan Batu Aji dan telah melakukan pembelian produk MyTelkomsel PraBayar setidaknya satu kali melalui Aplikasi MyTelkomsel.

### **1.4. Rumusan Masalah**

Fokus kajian dalam penelitian ini didasarkan pada beberapa pertanyaan berikut:

1. Apakah *product bundling* memiliki dampak signifikan terkait keputusan pembelian produk MyTelkomsel Prabayar di Kota Batam?

2. Apakah pengaruh dari kualitas produk secara signifikan berdampak pada keputusan pembelian produk MyTelkomsel Prabayar di Kota Batam?
3. Apakah kemudahan akses berperan penting dalam memengaruhi keputusan atas pembelian produk MyTelkomsel Prabayar di Kota Batam?
4. Apakah terdapat dampak kolektif yang signifikan dari *product bundling*, kualitas produk, dan kemudahan akses terhadap keputusan pembelian produk MyTelkomsel Prabayar di Kota Batam?

### **1.5. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini, sesuai dengan rumusan masalah yang ada, adalah:

1. Untuk mengkaji pengaruh *product bundling* terhadap keputusan pembelian pada produk MyTelkomsel Prabayar
2. Untuk mengkaji pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk MyTelkomsel Prabayar
3. Untuk mengkaji pengaruh kemudahan akses terhadap keputusan pembelian pada produk MyTelkomsel Prabayar
4. Untuk mengkaji dampak *product bundling*, kualitas produk, dan kemudahan akses terhadap keputusan pembelian pada produk MyTelkomsel Prabayar

### **1.6. Manfaat Penelitian**

#### **1.6.1. Manfaat Teoritis**

Adapun manfaat teoritis yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berkontribusi terhadap pembaruan ilmu pemasaran, terutama memahami pengaruh variabel *product bundling*, kualitas produk, dan kemudahan akses untuk keputusan pembelian pelanggan, khususnya di layanan MyTelkomsel PraBayar.
2. Menjadi referensi teoritis bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji perilaku konsumen dalam industri telekomunikasi, serta memperkaya literatur akademik dengan pendekatan integratif terhadap berbagai variabel pemasaran.

#### **1.6.2. Manfaat Praktis**

1. Bagi Penulis

Informasi mengenai pengaruh *product bundling*, kualitas produk, dan kemudahan akses terhadap keputusan pembelian dipahami oleh penulis.

2. Bagi Instansi

Penelitian ini diharapkan menjadi dasar pengambilan keputusan dalam strategi *product bundling*, pengembangan kualitas produk, dan kemudahan akses informasi guna memenuhi harapan konsumen.

3. Bagi Universitas Putera Batam

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi atau acuan bagi peneliti kedepannya yang ingin mendalami topik serupa lebih lanjut