BAB I

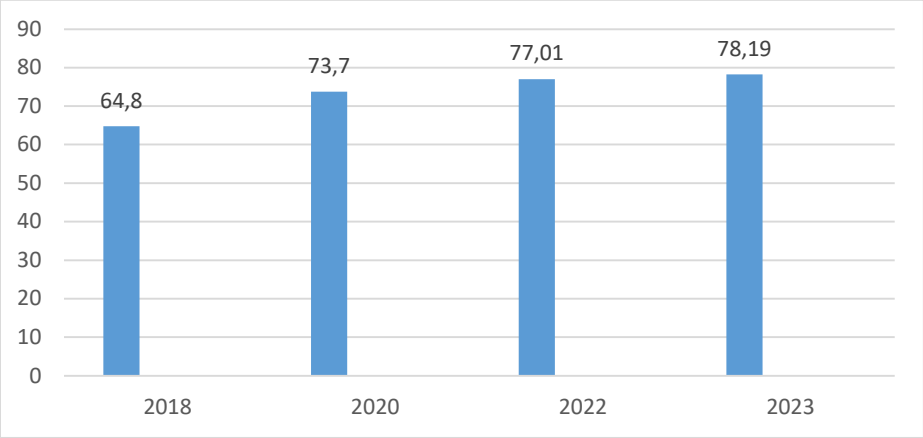
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan zaman saat ini membuat kemajuan teknologi informasi dan komunikasi semakin pesat. Dengan adanya kemajuan tersebut membuat masyarakat tidak terlepas dari penggunaan internet dalam kehidupan sehari-harinya. Ketergantungan masyarakat dalam menggunakan internet membuat kebutuhan akan internet menjadi sangat tinggi. Pada awalnya, teknologi dan informasi memiliki kontribusi yang terbatas dalam memenuhi kehidupan sehari-hari, tetapi saat ini telah menjadi kebutuhan yang sangat diperlukan dan berasal dari aspek terpenting kehidupan sehari-hari (Tumangkeng et al., 2022). Hal ini tampak pada data Gambar 1.1 sebagai berikut:

Gambar 1. 1

Peningkatan Persentase Penetrasi Internet di Indonesia 2018-2024



Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet (APJII), 2024

Berdasarkan sumber data dari apjii.or.id, pengguna internet di Indonesia mengalami

kenaikan. Tercatat pada tahun 2018 pengguna internet mencapai 64,8%, sedangkan pada tahun 2023 mencapai 78,19%. Jumlah ini meningkat 20,66% dibandingkan dengan periode sebelumnya. Menurut laporan Erlina (2024) dalam databoks.co.id, terdapat 79,5% tingkat pengguna internet di Indonesia per April 2024. Jika dibandingkan dengan tahun 2018, saat ini jumlah pengguna internet nasional sudah melonjak sebesar 22,68%. Artinya, tingkat penetrasi internet nasional sudah meningkat cukup pesat dalam beberapa tahun belakangan. Pemerintah diharapkan bisa terus mendukung perluasan jangkauan internet keseluruh pelosok negeri.

Semakin banyaknya perusahaan, perkantoran, sekolah hingga kafe yang menggunakan internet. Pada titik ini dapat dikatakan bahwa internet merupakan salah satu kebutuhan masyarakat dalam menunjang aktivitas sehari-hari (Fuadi et al., 2022). Hal ini membuat persaingan perusahaan penyedia jasa layanan internet semakin meningkat. Berbagai perusahaan penyedia layanan internet menawarkan produk berkualitas dengan harga yang kompetitif dibandingkan dengan para pesaingnya (apjii.co.id, 2024). Tren ini juga memperluas pasar dan potensi keberhasilan dari pengembangan industri teknologi informasi dan komunikasi. Perkembangan pengguna internet ini tentu mendorong pelaku usaha untuk mengembangkan produknya, salah satunya di Provinsi Jawa Barat.

Menurut data BPS (Badan Pusat Statistik) 2023, Jawa Barat disebut menjadi salah satu provinsi dengan pengguna internet tertinggi di Indonesia. Bekasi masuk dalam daftar kota dengan jaringan tercepat di Indonesia (bisnis.com, 2023). Transformasi digital yang masif dalam berbagai sektor turut mendorong peningkatan jumlah pelanggan layanan internet, termasuk IndiHome. Pada akhir tahun 2024, konsumen yang berlangganan menggunakan IndiHome telah mencapai 9,4 juta (bisnis.com, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa IndiHome terus memperluas jangkauannya, termasuk di wilayah Serang Baru, Bekasi. Serang Baru merupakan salah satu kecamatan di wilayah Bekasi yang memiliki kepadatan penduduk yang terus bertambah jumlahnya (bekasikab.bps.go.id, 2023). Kepadatan penduduk yang terus bertambah membuat kebutuhan masyarakat meningkat, salah satunya dalam penggunaan internet (Yuda dan Patra, 2022). Adanya fenomena pengguna internet

yang kian pesat dan sudah menjadi kebutuhan menyebabkan banyak perusahaan penyedia layanan jasa internet yang bermunculan (Yulianti et al., 2024). Hal ini menyebabkan persaingan yang semakin ketat bagi para pelaku usaha untuk memberikan produk yang terbaik bagi pelanggannya (Syahwi dan Pantawis, 2021). Tercatat bahwa terdapat beberapa perusahaan jasa layanan internet di Indonesia seperti Telkom IndiHome, First Media, Biznet (kompas.com, 2021). Berikut adalah Peringkat *Top Brand Index* (TBI) Penyedia Jasa Layanan Internet di Indonesia:

Tabel 1. 1

Peringkat *Top Brand Index* (TBI) Kategori Internet *Service Provider*

(Mei 2024)

Merek	TBI 2023	TBI 2024
IndiHome	40,2%	35,2%
First Media	25,9%	27,9%
Biznet	18,3%	23,2%

Sumber : (*www.topbrand-award.com*, 2024)

Tercatat sampai bulan Mei 2024 dari gambar di atas menunjukkan bahwa produk IndiHome mendapatkan peringkat pertama dalam *Top Brand* kategori *ISP (Internet Server Provider)* sebanyak 35,2% pelanggan, First Media sebanyak 27,9%, dan Biznet sebanyak 23,2% pelanggan. Meskipun begitu, pada tahun 2024 IndiHome mengalami penurunan sebesar 5% di mana sebelumnya pada tahun 2023 total pelanggan sebanyak 40,2%. Penurunan ini disebabkan oleh beberapa faktor yaitu keluhan pelanggan mengenai biaya pemasangan dan biaya berlangganan yang lebih mahal dibandingkan dengan merek lain, serta keluhan pelanggan yang ingin berhenti berlangganan melakukan proses yang cukup rumit (Hutauruk dan Sitorus, 2022). Dengan adanya permasalahan ini, maka terdapat beberapa hal yang memang perlu diperbaiki dan dievaluasi dari pihak IndiHome untuk mempertahankan pelanggan sekaligus menaikkan jumlah pelanggan dalam memuaskan pelanggan.

IndiHome merupakan sebuah produk yang dikeluarkan oleh PT. Telkom

Indonesia Tbk. yang menyediakan sebuah layanan internet dengan berbagai macam pilihan. IndiHome menarik pelanggannya dengan menawarkan berbagai keunggulan dan manfaat produk yang dimiliki, seperti jaringan internet yang digunakan adalah teknologi *fiber optic* yang lebih stabil dan lebih cepat ketika pelanggan mengakses internet. Selain itu, IndiHome menawarkan *Triple Play*, yang terdiri dari telepon rumah, internet berbasis serat atau internet berkecepatan tinggi, dan kabel ETV (IP-TV) (indihome.co.id, 2024). Keunggulan tersebut agar konsumen merasa puas terhadap produk yang mereka tawarkan. Kepuasan merupakan persepsi atas kinerja yang dibandingkan dengan harapan. Jika kinerja sejalan dengan harapan, maka akan timbul rasa puas (Rahmawati dan Susilowati, 2021).

Kepuasan dapat dirasakan oleh pelanggan apabila kualitas produk dan harga terhadap produk atau jasa tersebut sesuai dengan apa yang mereka harapkan. Apabila pelanggan puas pada pembelian pertama maka pelanggan tersebut akan membeli secara berulang-ulang pada produk tersebut. Kepuasan pelanggan merupakan hasil yang dirasakan oleh pembeli dari kinerja perusahaan yang memenuhi harapan mereka (Napitupulu, 2019). Pada umumnya konsumen cenderung memilih produk yang berkualitas dengan harga yang relatif terjangkau. Kondisi ini menjadi pertimbangan penting ketika konsumen hendak melakukan pembelian terhadap suatu produk. Artinya konsumen bersedia membeli produk yang berkualitas dengan harga yang terjangkau (Nofitasari dan Hastuti, 2024).

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahayu (2020) dan Marie et al. (2021) di mana dalam penelitiannya menyatakan bahwa kualitas produk dan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini ditujukan kepada pelanggan IndiHome yang berdomisili di Serang Baru, Bekasi yang didasari oleh salah satu faktor yaitu bahwa banyak pelanggan IndiHome di Serang Baru, Bekasi yang mulai beralih ke *provider* merek lain. Untuk mengetahui faktor yang mendominasi maka peneliti melakukan pra-survei dengan mengajukan pertanyaan kepada 30 responden yang melakukan pembelian terhadap produk IndiHome di kecamatan Serang Baru, Bekasi. Hasil pra-riset pendahuluan adalah sebagai berikut:

Tabel 1. 2

Data hasil pra-survei kepuasan pelanggan

No	Pernyataan	Jawaban		Jumlah
		Ya	Tidak	
1	Saya merasa puas dengan harga dan kualitas produk yang ditawarkan produk IndiHome	10 (33,3%)	20 (66,7%)	30 (100%)
2	Saya ingin terus berlangganan dengan produk IndiHome	7 (23,3%)	23 (76,7%)	30 (100%)
3	Dengan merasa puas terhadap produk yang diberikan oleh IndiHome, saya selalu merekomendasikan produk IndiHome kepada orang lain untuk selalu memakai internet IndiHome pada rumahnya	7 (23,3%)	23 (76,7%)	30 (100%)

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan hasil pra-survei kepada 30 responden menunjukkan permasalahan pada kepuasan pelanggan yang terdapat pada IndiHome, yaitu 66,7% menyatakan harga dan kualitas produk IndiHome masih belum sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen. 76,7% responden menyatakan tidak ingin melanjutkan langganan pada produk IndiHome, dan 76,7% responden menyatakan tidak akan merekomendasikan kepada orang lain karena merasa kurang puas terhadap kualitas produk dan harga yang diberikan oleh IndiHome. Dengan adanya permasalahan ini bisa memengaruhi kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan dalam membeli produk IndiHome. Oleh karena itu, untuk dapat mempertahankan kepuasan pelanggan maka perusahaan perlu memberikan kualitas produk yang lebih baik.

Kualitas produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar agar menarik perhatian, penggunaan maupun konsumsi yang dapat memuaskan

keinginan atau memenuhi kebutuhan konsumen (Kotler dan Keller, 2016:112). Kualitas produk adalah sebuah kemampuan pada perusahaan yang memiliki fungsi seperti daya tahan, keunggulan, atau kehandalan, serta kemudahan dalam operasi dan perbaikan (Pulumbara et al., 2023). Kualitas produk merupakan faktor penting dalam memenuhi kepuasan pelanggan. Perusahaan dituntut untuk menciptakan produk yang berkualitas baik. Dalam hal ini peneliti melakukan prasurvei terhadap 30 orang pelanggan IndiHome di Serang Baru, Bekasi untuk mengetahui gambaran kualitas produk saat ini yang disajikan pada tabel berikut:

Tabel 1. 3

Data hasil pra-riset kualitas produk

No	Pernyataan	Jawaban		Jumlah
		Ya	Tidak	
1	Produk IndiHome sering terjadi gangguan sinyal	18 (60%)	12 (40%)	30 (100%)
2	Produk IndiHome dapat memberikan kecepatan internet secara maksimal saat digunakan	15 (50%)	15 (50%)	30 (100%)
3	Produk IndiHome memiliki kecepatan tinggi dibanding dengan provider lainnya	11 (36,7%)	19 (63,3%)	30 (100%)
4	Alat yang digunakan IndiHome dapat bertahan lama/tidak gampang rusak	13 (43,3%)	17 (56,7%)	30 (100%)

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan hasil prasurvei kualitas produk yang dilakukan oleh peneliti terhadap 30 orang pelanggan IndiHome, 60% merasa produk indiHome sering terjadi gangguan sinyal, 50% produk memberikan kecepatan internet secara maksimal saat digunakan, 63,3% tidak merasa produk IndiHome memiliki kecepatan tinggi dibandingkan dengan *provider* lainnya, dan 56,7% responden menyatakan alat yang digunakan produk IndiHome bertahan lama/tidak gampang rusak. Dalam hal ini kualitas produk IndiHome masih belum sepenuhnya baik karena pelanggan merasa

kecepatan internet yang ditawarkan IndiHome masih sama dengan produk lainnya.

Selain kualitas produk, harga juga menjadi salah satu hal yang menentukan kepuasan pelangan (Agustina, 2019). Menurut Kotler dan Keller (2016:147), harga juga sangat menentukan kepuasan pelanggan karena dengan adanya produk yang terjangkau atau murah dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini sesuai dengan pendapat Rahayu (2020), elemen dalam bauran pemasaran yang memengaruhi pemasukan perusahaan dan memengaruhi kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, harga merupakan faktor penting yang dapat memberikan suatu pengaruh pada posisi produk yang berdasarkan kualitas. Jika harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang diberikan maka hal tersebut dapat menjadi pertimbangan bagi pelanggan dalam melakukan pembelian. Dalam hal ini peneliti melakukan prasurvei terhadap 30 orang pelanggan IndiHome untuk mengetahui gambaran harga yang disajikan pada tabel berikut:

Tabel 1. 4

Data hasil pra-survei harga

No	Pernyataan	Jawaban		Jumlah
		Ya	Tidak	
1	Harga yang ditawarkan IndiHome cukup terjangkau	9 (30%)	21 (70%)	30 (100%)
2	Harga yang ditawarkan IndiHome tidak sesuai dengan kualitas produk yang diberikan	13 (43,3%)	17 (56,7%)	30 (100%)
3	Harga yang ditawarkan IndiHome lebih mahal dibanding dengan pesaing	21 (70%)	9 (30%)	30 (100%)
4	Harga yang ditawarkan IndiHome dapat bersaing dengan produk lain	12 (40%)	18 (60%)	30 (100%)

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan hasil prasurvei di atas, 70% pelanggan merasa harga yang ditawarkan IndiHome tidak terjangkau atau cukup mahal, 56,7% pelanggan merasa harga yang ditawarkan IndiHome sesuai dengan kualitas produk yang diberikan, 70% pelanggan merasa harga yang ditawarkan oleh IndiHome lebih mahal dibandingkan dengan pesaing, dan 60% responden menyatakan bahwa harga yang ditawarkan IndiHome tidak dapat bersaing dengan produk lain. Berikut adalah perbandingan harga IndiHome dengan *fiber* internet lain:

Tabel 1. 5

Perbandingan harga IndiHome dengan fiber internet lain

Kecepatan Internet	**Fiber Internet**		
	IndiHome	**First Media**	**Biznet**
30 Mbps	Rp280.000	-	-
50 Mbps	Rp299.000	Rp275.000	Rp250.000
100 Mbps	Rp375.000	-	-
300 Mbps	Rp888.000	-	Rp700.000

Sumber: *indihome.co.id, Firstmedia.com, Biznethome.net (data diolah 2024)*

Berdasarkan Tabel 1.6 mengenai perbandingan harga antara produk internet IndiHome dengan produk internet lainnya harga yang ditawarkan produk IndiHome cenderung lebih tinggi dibandingkan dengan produk internet lainnya. Oleh karena itu perusahaan harus tepat dan sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan. Banyaknya Perusahaan penyedia jasa layanan telekomunikasi membuat PT. Telkom Indonesia Tbk. melakukan inovasi untuk mengeluarkan produk terbaru yang menyediakan layanan beragam (*multi service*) bagi pelanggannya yaitu seperti layanan suara (telepon), data (internet), dan gambar (IP-TV) dalam satu jaringan akses atau dikenal dengan layanan *triple-play.* Ketatnya persaingan bisnis membuat perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen dan berusaha untuk memenuhi harapannya (indihome.co.id, 2024).

Harga merupakan aspek penting dari suatu produk, karena dapat memengaruhi tingkat keuntungan yang diperoleh oleh produsen hal ini sejalan

dengan penelitian Pratiwi dan Lubis (2021) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Perbedaan harga dianggap sebagai faktor penting saat membuat keputusan pembelian karena konsumen lebih memilih harga yang cukup murah untuk suatu barang atau layanan yang ditawarkan (Wijianti et al., 2023). Semakin disadari keberhasilan dalam persaingan ditentukan oleh kemampuan memberikan nilai kepuasan pelanggan memalui penyediaan produk dan layanan berkualitas dengan harga yang kompetitif (Sudarsono et al., 2022).

Berdasarkan hasil pemaparan yang telah disampaikan sebelumnya maka terdapat permasalahan di dalam pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan IndiHome di Serang Baru, Bekasi. Berdasarkan latar belakang tersebut, dari permasalahan kualitas produk dan harga yang kurang memuaskan maka hasil dari penelitian ini akan dituangkan dalam skripsi yang berjudul **"Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan IndiHome di Serang Baru, Bekasi".**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah yang digunakan adalah :

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan IndiHome di Serang Baru, Bekasi?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan IndiHome di Serang Baru, Bekasi?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

a) Tujuan dilaksanakannya penelitian adalah :
   1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pada pelanggan IndiHome di Serang Baru, Bekasi.
   2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pada pelanggan IndiHome di Serang Baru, Bekasi.

b) Manfaat dari pelaksanaan Penelitian adalah :

Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Akademis
   a. Manfaat untuk peneliti yaitu sebagai sarana pengaplikasian ilmu agar dapat menambah pengetahuan dan saran media belajar bagi peneliti untuk mengaplikasikan, menganalisa, teori-teori tentang pengaruh kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan pelanggan.
   b. Manfaat untuk peneliti selanjutnya yaitu sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian pada masalah yang sama.
2. Manfaat Praktis

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi lebih lanjut terhadap kepuasan pelanggan IndiHome di Serang Baru, sehingga dapat menjadi masukan berarti bagi IndiHome di masa yang akan datang.
3. Manfaat bagi Umum

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat dikembangkan oleh pelaku usaha yang mungkin memiliki permasalahan yang sama dalam usahanya.

1.4 Ruang Lingkup atau Pembatasan Masalah

Agar pembahasan yang dilakukan lebih fokus dan terarah, penulis membatasi beberapa hal sebagai berikut:

1. Variabel yang menjadi penelitian adalah X_1 (Kualitas Produk), X_2 (Harga), dan Y (Kepuasan Pelanggan).
2. Objek yang diteliti adalah pelanggan IndiHome yang berada di wilayah kecamatan Serang Baru, Kabupaten Bekasi sebanyak 100 responden.
3. Populasinya adalah pelanggan IndiHome dan sampelnya adalah pelanggan IndiHome yang telah melakukan pembelian produk IndiHome di Serang Baru, Bekasi.

1.5 Sistematika Pelaporan

Agar penyusunan laporan dalam penelitian ini dapat lebih sistematis dan lebih dipahami, maka sistematika pelaporan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan latar belakang penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, ruang lingkup atau pembatasan masalah, rumusan masalah dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

pada bab ini menguraikan beberapa teori-teori pendukung pada penelitian ini. Landasan teori dan sumber acuan pada bab ini mendasari dan berkaitan dengan pembahasan dalam penelitian dalam penelitian ini yang digunakan peneliti sebagai pedoman dalam menganalisis masalah penelitian. Teori-teori yang digunakan mengenai pengertian dan pemikiran, hipotesis penelitian, dan penelitian terdahulu.

BAB III METODE PENELITIAN

pada bab ini membahas metode penelitian yang digunakan, lokasi penelitian, populasi dan sampel, teknik pengambilan data, jenis dan sumber data, serta pengukuran variabel dan instrumen penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas sejarah singkat perusahaan, dan hasil mengenai penelitian dari variabel penelitian ini yaitu berupa: deskripsi data variabel kualitas produk, harga dan variabel kepuasan pelanggan, serta data deskripsi hasil analisis stastistik beserta pembahasannya.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi tentang simpulan yang didapat dari hasil penelitian dan juga saran yang diharapkan dapat bermanfaat serta dijadikan sebagai masukan perusahaan.