

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi perkembangan teknologi seluler memacu pertumbuhan pada jaringan seluler dan di Indonesia semakin banyak persaingan bisnis di dunia pasar perusahaan jaringan seluler. Seiring berkembangnya zaman semakin berkembang pula teknologi komunikasi. Pesatnya perkembangan teknologi komunikasi ini tak luput didukung oleh fasilitas berupa *mobile phone* yang semakin canggih dengan IOS (*Internet Operating System*) yang canggih, dimana telepon seluler ini dilengkapi dengan berbagai macam aplikasi dan fitur pendukungnya. Dengan didukung hal tersebut pelanggan pun juga dapat menunjang gaya hidup masa kini.

Telepon seluler membutuhkan suatu chip atau perangkat keras yang mempunyai data untuk mengakses internet, atau yang biasa disebut *SIM Card* (kartu seluler) yang berbasis GSM (*Global System for Mobile Communications*) dan CDMA (*Code Division Multiple Access*), yang membedakan adalah operatornya. Operator ini akan terlihat jelas bahwa kartu tersebut memiliki jenis yang berbeda. Sebagai contoh operator GSM antara lain yaitu: Simpati, XL, Mentari, IM3, Three, Axis dan lainnya. Sedangkan contoh untuk operator CDMA antara lain yaitu: Smartfren, Bolt dan lainnya. Masyarakat Indonesia sendiri lebih banyak menggunakan kartu seluler berbasis jaringan GSM daripada CDMA karena jaringan GSM memiliki sinyal yang lebih kuat. Sinyal yang kuat ini tidak hanya di daerah perkotaan saja, namun juga di daerah pedesaan. Sedangkan sinyal CDMA terkadang tidak bisa digunakan untuk di daerah pedesaan atau daerah pegunungan karena masih jauh dari jangkauan.

Berdasarkan *website* Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia menyatakan bahwa pengguna Telkomsel pada tahun 2018 adalah 150 juta pelanggan, XL Axiata 45 juta pelanggan, Indosat Ooredoo 34 juta pelanggan, Tri Indonesia 17 juta dan Smartfren 7 juta. XL Axiata 45 juta pelanggan, Indosat Ooredoo 34 juta pelanggan, dan Tri Indonesia 17 juta pelanggan. Pernyataan

tersebut menjelaskan bahwa mayoritas masyarakat Indonesia lebih tertarik untuk menggunakan kartu telepon seluler prabayar, karena jenis kartu yang lebih mudah digunakan dan juga lebih terjangkau. Tak luput dari itu peningkatan pangsa pasar dibidang teknologi komunikasi secara tidak langsung juga berdampak pada persaingan antara perusahaan penyedia layanan operator telepon seluler. Sebagai pelengkap untuk sarana melakukan komunikasi dan penggunaan data, mobile atau gadget tersebut juga membutuhkan sistem operator telepon seluler sebagai salah satu bagian terpenting.

Berikut ini, dilihat pada Tabel 1.1 terdapat beberapa produk jaringan telekomunikasi di Indonesia termasuk produk dari Telkomsel sebagai berikut:

Tabel 1.1. Produk Jaringan Telekomunikasi di Indonesia

No.	Nama Perusahaan	Jenis Kartu Prabayar
1.	PT. Indosat	IM3 Mentari
2.	PT. Telkomsel	Simpat Kartu As
3.	PT. XL-Axiata	XL Axis
4.	PT. Hutchison CP Telecommunication	3 (Tri)

Sumber : Data Badan Pusat Statistik (2018)

Berdasarkan Tabel diatas bisa dilihat terdapat banyak perusahaan penyedia jaringan telepon seluler atau operator telekomunikasi di Indonesia, baik yang berbasis GSM dan CDMA. Hal ini juga akan menimbulkan sifat kompetitif antara perusahaan satu dengan yang lainnya. Setiap perusahaan akan berusaha untuk merebut pasar yang ada di Indonesia dengan menyediakan beberapa produk unggulan yang bervariasi baik dari segi kualitas, maupun harga. Dari berbagai perusahaan di atas PT. Telkomsel masih memimpin diantara operator lainnya, namun dengan posisinya yang kuat tidak akan menjamin untuk terus bertahan sebagai operator telekomunikasi terbaik di Indonesia.

Dibawah ini terdapat data yang Top Brand untuk produk kartu prabayar GSM tahun 2016 dan 2017 pada Tabel 1.2 berikut ini :

Tabel 1.2. Kartu Prabayar Terbaik Pilihan Pelanggan Tahun 2016 dan 2017

Merek	Tahun 2016		Tahun 2017	
	TBI (%)	Predikat	TBI (%)	Predikat
SimpatI	35,5	TOP	34,6	TOP
IM3	15,4	TOP	13,6	TOP
XL Prabayar	14,8	TOP	13,4	TOP
Tri '3'	11,3		11,4	
Kartu AS	10,4		8,6	
Axis	5,1		5,6	

Sumber : <http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey> (2018)

Berdasarkan tabel diatas tingkat top brand SimpatI dan kartu AS menurun dari tahun 2016 ke 2017 adalah 35,5% menjadi 34,7%. Penurunan kepuasan dapat berdampak pada penurunan penggunaan serta kesadaran masyarakat akan suatu produk yang dapat membuat pelanggan tetap akan beralih ke merek lain dan menurunkan tingkat loyalitas pelanggan, yang mana apabila kelayalitan pelanggan akan produk Telkomsel menurun akan menyebabkan banyak kerugian yang akan dialami oleh PT. Telkomsel sendiri, seperti contoh menurunnya jumlah pengguna produk Telkosmel, lalu akan berdampak kepada menurunnya jumlah penjualan. Berdasarkan masalah di atas PT. Telkomsel harus membuat strategi, bagaimana caranya dapat mempertahankan pelanggan agar tetap memberikan kepuasan yang nantinya dapat loyal terhadap produk simpatI dan akan menguntungkan juga bagi pihak PT. Telkomsel sendiri.

Tidak semua pelanggan loyal terhadap satu merek produk yang digunakannya dikarenakan faktor-faktor seperti harga, kualitas dan citra merek. Salah satu faktor yang mempengaruhi loyalnya pelanggan adalah kepuasan yang di berikan oleh masing-masing produk dagang kepada pelanggan.

Menurut Sanjaya *et.al.* (2016: 877) Kepuasan pelanggan merupakan faktor yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Setiap pelaku usaha di tiap kategori bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi kepada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Perusahaan dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan, harus

mempelajari terlebih dahulu keinginan dan kebutuhan, pelanggan pada saat ini dan yang akan datang.

Faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah harga (Haryanto, 2013: 25). Menurut Tjiptono dan Chandra (2016: 67) mengemukakan bahwa harga yang ditetapkan oleh sebuah perusahaan tidak sesuai dengan manfaat produk maka hal itu dapat menurunkan tingkat kepuasan pelanggan, dan sebaliknya jika harga yang ditetapkan oleh sebuah perusahaan sesuai dengan manfaat yang diterima maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Faktor kedua kualitas produk, menjadi faktor penting yang berpengaruh dalam penciptaan kepuasan pelanggan (Irawan, 2013). Kualitas produk yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan pelanggan. Selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas produk yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi (Lasander: 2013).

Disamping kepuasan pelanggan dan harga, faktor ketiga yang mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah citra merek (Harahap, 2014: 859). Membangun citra merek yang tepat dapat dicapai dengan pemasaran yang kuat dengan menonjolkan ciri khas dan kelebihan-kelebihan yang dimiliki oleh produk tersebut. Merek juga menjanjikan bahwa produk yang dibeli oleh pelanggan pada saat itu akan memberikan kepuasan dan timbul loyalitas merek apabila pelanggan juga akan membeli di lain waktu dengan barang yang sama (Dwiyana, 2015: 2).

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh harga, kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan pada produk kartu prabayar telkomsel.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka pertanyaan-pertanyaan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Telkomsel ?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Telkomsel ?
3. Apakah citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Telkomsel ?
4. Apakah harga, kualitas produk dan citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Telkomsel ?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dijabarkan, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Telkomsel.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Telkomsel.
3. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Telkomsel.
4. Untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Telkomsel.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak diantaranya sebagai berikut :

1. Bagi peneliti

Penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan dan wawasan dibidang manajemen pemasaran terutama yang berkaitan dengan pengaruh harga, kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan.

2. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini bermanfaat sebagai bahan masukan mengenai pengaruh harga, kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan.