

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia saat ini sudah memasuki era digital dimana teknologi sudah berkembang pesat, saat ini masyarakatpun sangat kritis terhadap perubahan yang terus berkembang dari waktu ke waktu, salah satunya adalah perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Internet merupakan salah satu teknologi informasi dan komunikasi yang sangat dibutuhkan di era globalisasi ini, karena dengan adanya internet semua keperluan atau kebutuhan serta keinginan dapat dijangkau dengan cepat, efektif dan efisien. Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin maju kini internet merupakan sebuah kebutuhan yang sangat penting dan diperlukan dalam kegiatan sehari-hari mulai dari bangun di pagi hari hingga larut malam baik menggunakan *smartphone*, komputer atau laptop.

Dalam mengakses internet maka perlu dibutuhkan adanya jaringan. Dari sumber yang di dapat dari (Telkom.co.id, 2020) PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa layanan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan jaringan telekomunikasi di Indonesia. Indihome adalah salah satu produk layanan yang berupa paket layanan komunikasi dan data, seperti telepon rumah, internet, dan layanan televisi interaktif. Berbicara mengenai produk, Indihome menawarkan pilihan paket dan harga yang berbeda pula, tujuan diadakannya pilihan atau diskriminasi harga ini bermaksud untuk mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi yang diperoleh dari suatu kebutuhan atau keinginan konsumen yang bersedia membayar dan berharap untuk mendapatkan fasilitas yang lebih. Beberapa pilihan paket ini ditujukan untuk para konsumen dimana hal tersebut dapat menjadi pilihan sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan sesuai dengan keinginan konsumen dalam menggunakan produk Indihome ini. Terdapat pilihan seperti berikut:

- a. Triple Play yang layanannya berupa Internet, telepon Rumah dan TV Interaktif (Indihome TV),

b. Dual Play berupa layanan Internet dan TV Interaktif (Indihome TV) atau Internet dengan telepon rumah

Menurut (Hartini, 2012) Sebuah perusahaan harus dapat memberikan produk yang telah dijanjikan, agar sebuah produk benar-benar dapat dinikmati dengan apa yang telah dipilih oleh konsumen, jangan sampai produk tersebut berbeda dengan apa yang sudah diharapkan konsumen diawal sebelum memutuskan untuk membeli produk tersebut, seperti kecepatan internet dan fasilitas-fasilitas yang diberikan, karena ketika konsumen memilih dan membeli produk berarti konsumen tersebut tertarik dengan produk tersebut, konsumen bersedia mengeluarkan harga yang lebih tinggi dan berharap untuk mendapatkan fasilitas yang lebih dan jika berbeda dengan apa yang diharapkan maka akan timbul kekecewaan.

Sebuah produk pasti akan dihubungkan dengan pelayanan jasa, dimana Indihome menawarkan jasa pelayanan dan diharapkan pelanggan mendapatkan layanan terbaik berupa kemudahan, produk dan jaringan berkualitas, dengan harga yang kompetitif. Jika hanya sebuah produk atau fasilitas yang unggul tanpa memikirkan kualitas pelayanan yang baik, pelanggan kemungkinan tidak akan bertahan lama. Memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas kepada pelanggan merupakan salah satu usaha strategi pokok yang dapat digunakan setiap perusahaan untuk mencapai keberhasilan tujuan usaha. Ketatnya persaingan membuat perusahaan dituntut untuk mampu bertahan dan selalu mencoba memberikan pelayanan yang terbaik agar dapat menarik perhatian dan mempertahankan pelanggannya. Pakar di bidang pemasaran telah mengembangkan dimensi kualitas pelayanan atau faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan, faktor faktor tersebut meliputi keandalan (reability), cepat tanggap (responsiveness), kepastian (assurance), empati (empathy) dan berwujud (tangible). Jika beberapa aspek tersebut dapat dipenuhi maka pelanggan yang datang akan semakin puas, sebaliknya jika aspek aspek tersebut tidak dapat dipenuhi maka pelanggan yang datang akan tidak puas dan mungkin akan beralih ke produk lain (Lupiyoadi, 2014).

Tabel 1.1 Survei Top Brand Index

NO	MEREK	2017	2018	2019	2020
1.	Indihome	50.3%	42.1%	39.8%	36.7%
2.	First Media	17.3%	22.4%	29.9%	23.1%
3.	Biznet	2.1%	6.4%	8.3%	8.2%
4.	Indosat M2	-	-	8.9%	4.5%

Sumber: (Top Brand Award, 2020) Tahun 2017- 2020

Dari gambar tersebut terlihat bahwa Indihome merupakan produk yang bertahan di peringkat pertama dari tahun 2017 sampai sekarang di awal tahun 2020 dan menjadi Top Brand, walaupun menjadi Top Brand, jika kita lihat persentasenya, dai tahun 2017 sebesar 50,3%, di tahun 2018 mengalami penurunan menjadi 42,1% di tahun 2019 pun mengalami penurunan kembali menjadi 39,8% dan diawal tahun 2020 mengalami penurunan kembali menjadi 36,7%, ini disebabkan banyaknya produk baru pesaing Indihome, sehingga ada kemungkinan pelanggan Indihome beralih ke produk lain, ini disebabkan oleh beberapa faktor, bisa dari segi kualitas produk, fasilitas yang diberikan bahkan pelayanan.

Oleh karena itu dari fenomena atau permasalahan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Diskriminasi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Internet Indihome PT.Telkom Indonesia di Metland Tambun”**.

1.2 Rumusan Masalah

Permasalahan penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah diskriminasi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan internet Indihome PT.Telkom Indonesia di Metland Tambun ?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan internet Indihome PT.Telkom Indonesia di Metland Tambun?
3. Apakah diskriminasi harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan internet Indihome PT.Telkom Indonesia di Metland Tambun?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui mengenai jawaban yang dikehendaki dalam rumusan masalah. Tujuan dari penelitian ini adalah menguji dan menganalisis sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh diskriminasi harga terhadap kepuasan pelanggan internet Indihome PT.Telkom Indonesia di Metland Tambun.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan internet Indihome PT.Telkom Indonesia di Metland Tambun.
3. Untuk mengetahui pengaruh diskriminasi harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan internet Indihome PT.Telkom Indonesia di Metland Tambun.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan pengaruh diskriminasi harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Bagi Perusahaan

Diharapkan memberikan informasi bagi perusahaan PT.Telkom Indonesia mengenai pengaruh diskriminasi harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Internet Indihome sehingga perusahaan dapat menyusun strategi yang tepat untuk meningkatkan kepuasan pelanggan Indihome PT. Telkom Indonesia, untuk menghindari resiko yang berdampak pada penurunan penjualan pada tahun berikutnya.

3. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini bisa dijadikan bahan penelitian berkelanjutan oleh pihak-pihak lain yang membutuhkan dan berkepentingan.

1.5 Batasan Penelitian

Agar didapatkan arah yang lebih jelas lagi bagi penulis dalam membahas permasalahan, maka masalah diberi batasan sebagai berikut:

1. Penelitian hanya dilakukan oleh konsumen yang menggunakan produk Indihome

2. Responden yang mewakili adalah konsumen yang menggunakan produk Indihome
3. Penelitian ini dilakukan di daerah Metland Tambun, Bekasi, Jawa Barat

1.6 Sistematika Penulisan

Secara keseluruhan penelitian ini terdiri dari lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, batasan masalah, serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang landasan teori mengenai variabel-variabel dan hal-hal yang ada dalam penelitian, penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini terdiri dari desain penelitian, tahapan penelitian, Model Konseptual, Operasionalisasi Variabel, waktu dan tempat penelitian, metode pengambilan sampel dan metode analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini merupakan isi pokok dari penelitian yang berisi deskripsi objek penelitian, analisis data, pembahasan dan implementasi hasil penelitian sehingga dapat diketahui hasil analisis yang diteliti mengenai hasil pengujian hipotesis.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan implikasi manajerial