

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Manusia saat ini adalah makhluk yang kompleks yaitu dengan rasa ketidakpuasaan dalam segala sesuatu hal. Teknologi semakin lama semakin canggih, setiap orang pasti memiliki telepon genggam bahkan anak balita saat ini juga memiliki yang namanya handphone dan persaingan alat komunikasi seperti kartu sim card, antar perusahaan saling bersaing. Setiap perusahaan berusaha untuk meningkatkan kualitas produknya, Sehingga diperoleh produk unggulan, dan menonjolkan produk produk yang berkualitas dengan harga yang ekonomis dengan tujuan menarik konsumen agar menggunakan produk kita secara loyal. Publik kurang menyadari kepuasan pelanggan itu merupakan faktor kunci sukses dalam dunia bisnis, sebab sebagian besar pembeli lebih menekankan kepada persoalan pribadi masing-masing. Selain itu, Perusahaan saling bersaing dalam menekankan harga produk yang lebih menarik konsumen selain kualitas produk yang dapat memenuhi kepuasan konsumen.

Dewasa ini setiap kebutuhan manusia sangatlah terus meningkat, terutama pada handphone genggam karena setiap manusia memerlukan informasi terkini, dan kartu perdana saat ini adalah sebagai bahan utama pada handphone genggam. Selain itu terdapat perkembangan yang semakin pesat di dunia provider, terutama pada perusahaan indosat saat ini. Perusahaan indosat kini mampu bersaing dengan perusahaan kompetitor lainnya dengan memberikan harga ekonomis dengan produk lebih bermutu guna meningkatkan kepuasan konsumen.

Produk indosat memiliki banyak bergai macam jenis kouta, mulai dari kouta kecil sampai besar dengan harga yang sangat terjangkau untuk semua kalangan. Produk pasca bayar indosat memiliki kouta 24 jam dengan kecepatan pada sinyal lebih dari kartu prabayar indosat .Perusahaan kompetitor dalam pasar domestik dengan berlomba-lomba dalam produknya akan memberikan peluang merebut pasar pasar produk telpon genggam, sehingga indosat harus meningkatkan daya saing dalam kontek pengembangan produk baik dalam segi

mutu produk dan harga produk. Dengan lebih dipantau pada teknisi dibagian tersebut untuk lebih memperhatikan jaringannya tersebut pada kendala di setiap kerusakan tower indosat, terutama pada stabilitas jaringan indosat. Dan adanya kerusakan di setiap tower indosat perlu mendapatkan perhatian dan perbaikan agar pelayan terima pada konsumen dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan indosat yang pada gilirannya akan meningkatkan laba usaha.

Mutu dari suatu produk dapat dilihat dari bentuk dan fisik, isi produk tersebut, serta kekuatan sinyal pada suatu produk tersebut. Fenomena seperti ini terlihat pada sebagian besar masyarakat dan pengguna kartu prabayar dalam komunikasi menggunakan telepon genggam maupun untuk keperluan *internet*. Demikian pula halnya pada produk Indosat, sebagai penyedia jasa layanan komunikasi telah banyak dipakai secara luas untuk berbagai kebutuhan komunikasi. Seperti diketahui layanan produk Indosat seperti layanan kartu pra bayar, pasca bayar, dan layanan internet memiliki nilai produk yang berbeda dan tujuan pemasaran yang berbeda-beda pula. Banyak mahasiswa kampus terutama yang diamati oleh penulis menggunakan kartu prabayar dari Indosat dalam komunikasi terlihat dari nomor telepon genggam yang digunakannya. Karena kartu indosat menawarkan kuota yang lebih banyak dengan harga yang ekonomis sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan finansial mahasiswa.

Kepuasan konsumen dapat dilihat dengan kesesuaian produk yang berkualitas dengan harga yang ekonomis. Pada kenyataannya, akhir-akhir ini banyak perhatian tercurah pada konsep kepuasan “total”, yang implikasinya adalah mencapai tingkat kepuasan yang relatif cukup untuk membuat pelanggan setia dan berlangganan secara kontinyu. Ketika pelanggan merasa puas akan pelayanan yang didapatkan pada saat proses transaksi dan juga puas akan barang atau jasa yang mereka tawarkan, besar kemungkinan mereka akan membeli lagi dan melakukan transaksi pembelian yang lain serta merekomendasikan kepada teman-teman dan keluarganya tentang informasi berikut jenis, mutu dan harga perusahaan tersebut. Mempertahankan kepuasan pelanggan dari waktu ke waktu akan membina pengaruh yang harmonis dengan pelanggan. Hal ini dapat meningkatkan keuntungan perusahaan dalam jangka panjang. Pemasaran bukanlah semata mata membuat penjualan itu sukses melainkan tentang

bagaimana memuaskan pelanggan secara terus-menerus. Ketika pelanggan merasa puas, maka akan membuka peluang terjadinya transaksi.

### Kelebihan Yellow dibanding Paket Operator Lainnya

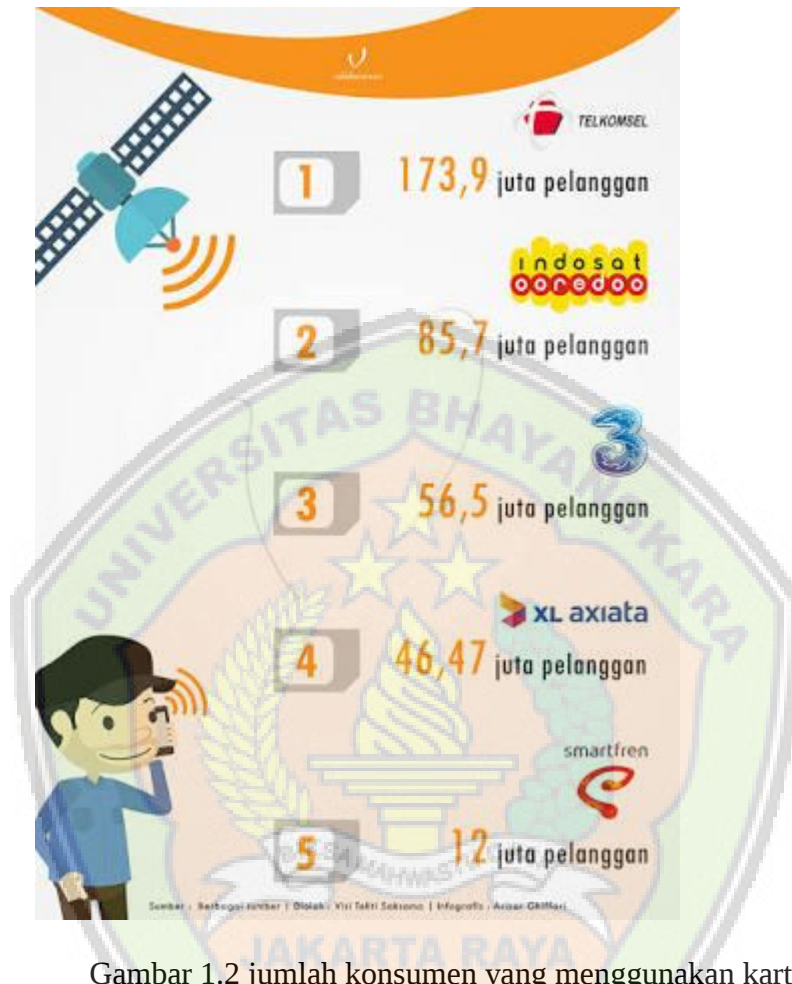
|             | Paket Yellow<br>IM3 Ooredoo<br>1GB | Si Biru<br>1GB | Si Ungu<br>1GB | Si Hitam<br>1GB | Si Merah<br>1GB |
|-------------|------------------------------------|----------------|----------------|-----------------|-----------------|
| Harga       | Rp 1K                              | Rp 30K         | Rp 20.9K       | Rp 50K          | Rp 20K          |
| Total Kuota | 1GB                                | 800MB          | 1GB            | 1GB             | 1GB             |
| Kuota Utama | 1GB                                | 800MB          | 1GB            | 1GB             | 700MB           |
| APPS        | ×                                  | ×              | ×              | ×               | ×               |
| Streaming   | ×                                  | ×              | ×              | ×               | ×               |
| Kuota Malam | ×                                  | ×              | ×              | ×               |                 |
| Bonus 4G    | ×                                  | ×              | ×              | ×               | 300MB           |

Gambar 1.1 kelebihan kualitas produk indosat

Dapat dilihat bahwa pada tabel 1.1 diatas bahwa keunggulan dari produk indosat sangat ekonomis dari tingkat harga produk indosat dengan kualitas produk yang ada di indosat yaitu pada 1gb seribu, ini menyebabkan kepuasan konsumen pada bulan maret meningkat dan mengalami kenaikan provit penjualan PT.Indosat Ooredoo. Program 1gb seribu pada produk indosat pertama kalinya *launcing* diawal bulan maret. Sedangkan pada produk kompetitor lainnya seperti sibiru 1gb dengan harga 30k, si ungu 20k, si hitam 50k, si merah 20k, dan untuk produk indosat 1gb seribu. munculnya produk 1gb seribu ini sangatlah banyak diminati oleh para konsumen dimulai dari anak sekolah, mahasiswa, bahkan untuk orang dewasa sekalipun.

Penetapan harga berdasarkan biaya digerakan oleh produk. Produk yang berkualitas dengan harga yang terjangkau sangat diharapkan oleh para konsumen. Selanjutnya, pemasaran harus dapat meyakini konsumen bahwa nilai suatu produk dengan harga tersebut dapat diterima oleh para pembeli produk. Apabila pelanggan menilai harganya lebih tinggi, volume penjualan akan cenderung menurun dan perusahaan akan mendapatkan nilai dibawah target penjualan. Sebaliknya, apabila pelanggan menilai harga produk murah dibandingkan harga

pesaing maka volume produk cenderung meningkat dan perusahaan akan memperoleh keuntungan.



Gambar 1.2 jumlah konsumen yang menggunakan kartu perdana

Dilihat dari gambar 1.2 bahwa jumlah pengguna produk indosat menduduki peringkat ke 2 yaitu dengan jumlah konsumen 56,5 juta pelanggan. Indosat merupakan perusahaan penanam modal asing pertama di Indonesia yang medikan layanan telekomunikasi internasional melalui satelit internasional pada tahun 1967.

| NO    | CLUSTER     | RELOAD      |             |             |               |               |      | GA     |        |        |           |        |     |
|-------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|---------------|------|--------|--------|--------|-----------|--------|-----|
|       |             | Jan         | Febr        | Maret       | Total Ach     | Target        | %    | Jan    | Febr   | Maret  | Total Ach | Target | %   |
| 1     | Bekasi A    | 85.902.405  | 76.268.000  | 79.684.500  | 241.854.905   | 234.000.000   | 103% | 2.302  | 2.145  | 2.709  | 7.156     | 7.800  | 92% |
| 2     | Bekasi B    | 63.952.250  | 43.744.050  | 56.277.000  | 163.973.300   | 234.000.000   | 70%  | 1.838  | 1.053  | 1.842  | 4.733     | 7.800  | 61% |
| 3     | Bogor A     | 76.044.500  | 69.208.750  | 99.029.100  | 244.282.350   | 234.000.000   | 104% | 1.983  | 1.702  | 2.619  | 6.304     | 7.800  | 81% |
| 4     | Bogor B     | 37.475.250  | 35.154.050  | 45.428.500  | 118.057.800   | 124.800.000   | 95%  | 1.683  | 1.349  | 2.223  | 5.255     | 9.360  | 56% |
| 5     | Tangerang A | 77.247.400  | 57.588.750  | 83.227.000  | 218.063.150   | 234.000.000   | 93%  | 2.369  | 1.755  | 2.446  | 6.570     | 7.800  | 84% |
| 6     | Tangerang B | 70.873.000  | 66.521.000  | 86.814.500  | 224.208.500   | 234.000.000   | 96%  | 2.355  | 2.215  | 2.260  | 6.830     | 7.800  | 88% |
| 7     | Karawang    | 55.071.500  | 61.109.750  | 54.255.750  | 170.437.000   | 156.000.000   | 109% | 2.540  | 2.666  | 3.275  | 8.481     | 11.700 | 72% |
| 8     | Cikarang    | 59.503.000  | 45.720.750  | 65.335.250  | 170.559.000   | 124.800.000   | 137% | 2.321  | 2.589  | 3.607  | 8.517     | 9.360  | 91% |
| 9     | Depok       | 111.327.000 | 81.011.000  | 97.489.750  | 289.827.750   | 280.800.000   | 103% | 3.593  | 2.245  | 3.236  | 9.074     | 9.360  | 97% |
| 10    | Leuwiliang  | 25.145.500  | 28.817.500  | 32.554.750  | 86.517.750    | 93.600.000    | 92%  | 1.272  | 1.402  | 2.366  | 5.040     | 7.020  | 72% |
| TOTAL |             | 662.541.805 | 565.143.600 | 700.096.100 | 1.927.781.505 | 1.950.000.000 | 99%  | 22.256 | 19.121 | 26.583 | 67.960    | 85.800 | 79% |

Gambar 1.3 Data Penjualan PT.Indosat Ooredoo Botabek

Dilihat dari data diatas bahwa adanya ketidakstabilan provit yang diperoleh dari tim Bekasi A . pada bulan januari mengalami peningkatan dan febuari mengalami penurunan sedangkan pada bulan maret mengalami kenaikan provit kembali pada team Bekasi A sehingga terjadinya ketidak stabilan pada pencapaian setiap bulannya. Dan perusahaan Indosat Ooredoo cabang bekasi harus lebih mementingkan kepuasan konsumen disetiap harinya sehingga jika kepuasan konsumen miningkat maka akan terjadinya peningkatan pada provit di setiap Perusahaan, jika terjadi penurunan kepuasan konsumen perlu segera diambil tindakan perbaikan kualitas produk dan menetapkan kebijakan harga lebih kompetitif melalui sebuah penelitian atau riset pemasaran. Dan dari hal tersebut penulis akan mengangkatnya menjadi sebuah karya ilmiah yang berbentuk skripsi yang berjudul ”Pengaruh kualitas produk dan harga produk terhadap kepuasan konsumen”.

## 1. 2 Rumusan Masalah

1. Adakah pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di PT.indosat Ooredoo ?
2. Apakah terdapat pengaruh antara harga terhadap kepuasan konsumen di PT. Indosat Ooredoo ?
3. Apakah terdapat pengaruh antara kualitas produk dan harga secara simultan terhadap kepuasan konsumen di PT Indosat Ooredoo ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian yang dilakukan oleh penulis mempunyai tujuan sebagai berikut

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di PT. Indosat.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di PT. Indosat Ooredoo.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penulisan skripsi ini bagi masing-masing pihak, adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan informasi pertimbangan dan masukan dalam rangka meningkatkan kepuasan konsumen melalui perbaikan kualitas produk, dan jumlah konsumen yang akan berdampak kepada peningkatan profit. Selain itu Sebagai bahan masukan dan perbaikan untuk system dan jaringan sehingga PT. Indosat Ooredoo mampu bersaing dengan kualitas produk dan harga Dengan kepuasan konsumen agar tetap loyalitas menggunakan produk indosat

### **1.5 Batasan Masalah**

Agar permasalahan yang diteliti tidak terlalu luas karena keterbatasan biaya,waktu dan tenaga pada penulisan variabel, maka penulis membatasi permasalahan hanya pada kepuasan konsumen,kualitas produk dan variabel harga produk indosat.

### **1.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan ini dimaksud agar mempermudah pembaca dalam memahami isi dari penelitian ini, maka penulis disusun oleh penelitian sebagai berikut:

## **BAB I      PENDAHULUAN**

Pada bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah yang menjadi dasar pemikiran atau latar belakang penelitian, rumusan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian serta sistematika penulisan skripsi.

## **BAB II     LANDASAN TEORI**

Pada bab ini menguraikan tentang variabel penelitian dan sumber penelitian terdahulu yang sejenis, kerangka pemikiran teoritis dan hipotesis penelitian.

## **BAB III    METODE PENELITIAN**

Pada bab ini menguraikan tentang variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan populasi dan sample, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, kerangka konseptual serta metode analisis yang digunakan dalam menganalisis data yang diperoleh.

## **BAB IV    HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang profil perusahaan, hasil analisis data pembahasan, data hasil penelitian.

## **BAB V     PENUTUP**

Bab ini diuraikan tentang kesimpulan hasil penelitian dan saran saran untuk pihak terkait.