

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan komunikasi telah berkembang pesat dan dinamis saat ini. Persaingan di perusahaan telekomunikasi juga bersaing dengan cukup ketat. Masing – masing berlomba untuk memenangkan persaingan dengan mengeluarkan berbagai inovasi produk untuk pelanggan. Semua diciptakan untuk membuat pelanggan puas dan betah tentunya dengan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan telekomunikasi tersebut. Menurut Malau (2017:3) kepuasan pelanggan diperoleh dari total sub – kepuasan dalam produk itu sendiri seperti harga, layanan, dan promosi.

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2008:192) kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa. Kepuasan pelanggan mempengaruhi keberhasilan suatu perusahaan karena itulah pelayanan konsumen diarahkan untuk berkesinambungan. Ketatnya persaingan usaha terlihat dari gencarnya penawaran dalam segi pelayanan dan harga karena pada umumnya harga merupakan pengukuran akan kualitas suatu barang atau jasa. Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan karena biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting untuk mendapatkan *value for money* yang tinggi terutama untuk pelanggan yang sensitif. Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan karena sulit ditiru dan punya banyak dimensi (Ghozali & Supriyatin, 2014:2). Tingkat kepuasan pelanggan dapat dinilai dari kesesuaian ekspektasi pelanggan pasca promosi (Haryanto, 2013:1472)

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk (Telkom) merupakan sebuah perusahaan BUMN (Badan Usaha Milik Negara) yang bergerak dibidang Telekomunikasi. Mulai dari telepon rumah, layanan internet *speedy*, tv kabel berbayar dengan teknologi *IPTV (Internet Protocol TV)* yang bernama *UseeTV*. Telkom Witel Kudus merupakan kantor cabang Telkom berlokasi di kudus. Melakukan kegiatan pemasaran di wilayah kabupaten Kudus dan sekitarnya (Kudus, Pati, dan Jepara). Terutama untuk produk Indihome.

Indihome merupakan salah satu inovasi produk dari PT. Telekomunikasi Indonesia yang berupa paket *bundling* yang terdiri dari telepon rumah, internet, dan *IPTV (Internet Protocol TV)* yang bernama *UseeTV*. Produk ini merupakan salah satu layanan *3in1* yang ditawarkan oleh PT. Telekomunikasi Indonesia. Untuk harga yang ditawarkan sendiri merupakan *bundling price* (harga satu paket) berdasarkan kecepatan internet yang akan dipilih dan channel *UseeTV* yang dipilih. Dan untuk semua paket yang dipilih akan mendapatkan gratis akses sesama telepon rumah untuk lokal dan SLJJ.

Tabel 1.1
Daftar Harga Indihome 2019

Nama Paket	Harga
Netizen 1 20 Mbps	Rp380.000,-
Netizen 1 30 Mbps	Rp525.000,-
Netizen 2 10 Mbps	Rp320.000,-
Netizen 2 20 Mbps	Rp420.000,-
Netizen 2 30 Mbps	Rp565.000,-
Value 10 Mbps	Rp360.000,-
Value 20 Mbps	Rp445.000,-
Value 30 Mbps	Rp595.000,-
Premium 10 Mbps	Rp435.000,-
Premium 20 Mbps	Rp555.000,-
Premium 30 Mbps	Rp735.000,-

Sumber : PT. Telkom Indonesia Witel Kudus (2019)

Harga yang tertera ditabel atas sudah termasuk PPN (Pajak Pertambahan Nilai). Perkembangan harga paket Indihome di Telkom Witel Kudus semakin naik. Hal ini dipengaruhi oleh layanan yang diberikan. Untuk paket *Netizen 1* terdiri dari layanan telepon rumah gratis 300 menit lokal dan SLJJ, sedangkan untuk paket *Netizen 2* terdiri layanan internet dan *UseeTv New Entry*. Untuk paket *Value* terdiri dari layanan internet, telepon rumah gratis 300 menit lokal dan SLJJ, dan *UseeTV New Entry*. Paket Premium terdiri dari layanan internet, telepon rumah gratis 1000 menit lokal dan SLJJ, dan *UseeTV Essential*. Perbedaan layanan yang diberikan agar dapat memaksimalkan kebutuhan pelanggan sesuai dengan yang diinginkan.

Harjati dan Venesia (2015:67) menyatakan bahwa persepsi yang dipikirkan oleh seseorang dapat menjadi nilai tentang apa yang dipikirkannya. Untuk itu di dalam pemasaran, persepsi sangat bernilai untuk ditanamkan kepada masyarakat bahwa produk atau pelayanan tersebut bernilai dan dibutuhkan. Hal ini mengartikan bahwa dalam menilai sebuah harga produk mahal atau murah itu sendiri didasarkan pada persepsi calon pelanggan itu sendiri. Berdasarkan tabel 1.1 dapat disimpulkan bahwa harga paket Indihome di Telkom Witel Kudus dapat dinilai murah atau tidak tergantung pada persepsi calon pelanggan itu sendiri. Hal ini diperjelas dengan pernyataan Malik dan Yaqoob (2012) dalam Harjati dan Venesia (2015:67) bahwa persepsi harga adalah sebuah proses dimana pelanggan menafsirkan nilai harga dan atribut ke barang atau pelayanan yang diinginkan.

Tabel 1.2
Data Keluhan Pelanggan Indihome
Januari 2019 – Mei 2019

No.	Jenis Keluhan	Jumlah
1.	Layanan Belum Terpasang	1
2.	Kerusakan Setelah Pemasangan	10
3.	Koneksi Internet Terputus	14
4.	Kenaikan Tagihan	5
Total		30

Sumber : Telkom Witel Kudus

Selama ada layanan Indihome banyak sekali keluhan yang datang dari pelanggan Indihome. Berdasarkan tabel 1.2 diatas menunjukkan bahwa dari 30 data keluhan, koneksi internet terputus merupakan keluhan terbanyak sebesar 14 keluhan. Selanjutnya kerusakan setelah pemasangan sebesar 10 keluhan, kenaikan tagihan yang tidak sesuai dengan penawaran awal sebesar 5 keluhan dan layanan belum terpasang setelah permohonan sebesar 1 keluhan. Akibat keluhan tersebut banyak pelanggan yang melakukan komplain dan meminta mencabut layanan. Hal ini juga menyebabkan masyarakat berpikir kembali untuk memasang layanan Indihome.

Ketidakpuasan akan layanan Indihome itu sendiri karena tidak sesuai dengan ekspektasi. Jaman sekarang informasi sangat cepat menyebar. Sehingga cerita komplain dari para pelanggan Indihome cepat tersebar. Hal ini mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Berikut data dibawah ini :

Tabel 1.2
Data PSB (Pasang Baru) Pelanggan Indihome
November 2018 – Mei 2019

Tahun	Bulan	Jumlah (Orang)
2018	November	168
	Desember	323
2019	Januari	245
	Februari	372
	Maret	250
	April	425
	Mei	374
Total		2157

Sumber : PT. Telkom Indonesia Witel Kudus

Berdasarkan data pasang baru pelanggan diatas, terlihat bahwa terjadi penurunan dan kenaikan yang begitu signifikan selama 6 bulan terakhir. Penurunan yang begitu signifikan terjadi pada bulan Maret sebesar 122 unit. Hal ini dikarenakan banyaknya gangguan koneksi internet terputus sehingga muncul komplain terus menerus dan melakukan cabutan layanan. Kenaikan yang begitu signifikan terjadi pada bulan April sebesar 175 unit. Hal ini dikarenakan adanya promo diskon paket upgrade layanan dari dual play (telepon rumah dan internet atau internet dan UseeTV) ke layanan triple play (telepon rumah, internet, dan UseeTV) selama 3 bulan dan diskon pembayaran 50% selama 6 bulan untuk penambahan channel UseeTV. Jumlah pelanggan cenderung menurun dalam 6 bulan terakhir karena pada bulan Mei terjadi penurunan sebesar 51 unit. Hal ini dikarenakan banyaknya gangguan setelah pemasangan layanan Indihome. Perkembangan pasang baru pelanggan Indihome tahun 2018 – 2019 bersifat fluktuatif.

Indihome memiliki beberapa saluran promosi yang terdiri dari : Iklan audio visual (televisi dan radio), Iklan media cetak (spanduk, poster/pamflet, dan brosur), *Personal selling* yang terdiri dari CSR (*Customer Service Relation*) di Plasa Telkom, *Account Manager* untuk bisnis *corporate*, dan *Sales Person* untuk konsumen, serta *Social Media* (iklan digital) melalui *facebook* dan *instagram*.

Telkom Witel Kudus mempromosikan layanan Indihome dengan menggunakan saluran iklan audio visual dan media cetak, *personal selling*, dan *social media* . Iklan audio yang digunakan untuk layanan *indihome* witel Kudus yaitu iklan radio yang disiarkan di stasiun radio lokal Kudus. Tidak hanya iklan radio saja, indihome juga memanfaatkan iklan media cetak sebagai berikut : spanduk, poster/ pamflet, dan brosur. *Personal Selling* yang dilakukan oleh Indihome Kudus melalui CSR (*Customer Service Relation*) di Plasa Telkom, *Account Manager* yang menawarkan produk Indihome untuk kepentingan bisnis perusahaan dan konsumen, dan *Sales Person* yang terdiri dari *sales* dan *avenger* dari beberapa *vendor*. Telkom Witel Kudus juga mempromosikan layanan Indihome melalui *social media* *instagram* dan *facebook*. Untuk akun *instagram* tidak hanya satu akun saja akan tetapi ada dua akun *instagram* yang dibuat oleh Plasa Telkom Witel Kudus dan *avenger* Telkom Witel Kudus.

Gambar 1.1
Brosur Indihome Telkom Kudus

INDIHOME PAKET NETIZEN - DUAL PLAY

IndiHome Fiber Paket Netizen merupakan layanan Dual Play dari Telkom yang terdiri dari Internet Fiber atau High Speed Internet (Internet Capax) dan Phone (Telepon Rumah). Nikmati paket internet super cepat hingga 100 Mbps dan modem WiFi, nelson gratis 1000 menit ke lokal dan interlokal.

IndiHome Fiber juga menyediakan fitur tambahan seperti wifi.id Seamless, IndiHome Telepon Mania, IndiHome Global Call, Me!On, Trend Micro Antivirus** dan IndiHome View.

PHONE
Layanan komunikasi telepon dengan keunggulan biaya yang lebih murah dengan kualitas suara yang jernih. Paket Telepon Rumah IndiHome menawarkan GRATIS*** nelson 1000 menit lokal atau interlokal.

MOVIN'
Mobile apps berbasis Android yang memungkinkan pelanggan untuk tetap bisa menikmati layanan triple play IndiHome (akses internet WiFi.id, tayangan UseeTV dan telepon rumah) menggunakan smartphone. Dilengkapi dengan fitur pengecekan tagihan Telkom dan Telkomsel. Gratis bagi pelanggan IndiHome.

IndiHome Fiber	MeVin	CATCHPLAY	iflix	Harga	
10 Mbps	GRATIS 50 menit nelson lokal/interlokal	Basic	2+2* Bulan Bebas Nonton	3+3* Bulan Bebas Nonton	348 ^{***}
10 Mbps	GRATIS 1000 menit nelson lokal/interlokal	Basic	2+2* Bulan Bebas Nonton	3+6* Bulan Bebas Nonton	368 ^{***}
20 Mbps	GRATIS 1000 menit nelson lokal/interlokal	Basic	2+2* Bulan Bebas Nonton	3+6* Bulan Bebas Nonton	618 ^{***}
30 Mbps	GRATIS 1000 menit nelson lokal/interlokal	Basic	2+5* Bulan Bebas Nonton	3+6* Bulan Bebas Nonton	888 ^{***}
40 Mbps	GRATIS 1000 menit nelson lokal/interlokal	Basic	2+5* Bulan Bebas Nonton	3+6* Bulan Bebas Nonton	1.168 ^{***}
50 Mbps	GRATIS 1000 menit nelson lokal/interlokal	Basic	2+8* Bulan Bebas Nonton	3+6* Bulan Bebas Nonton	1.368 ^{***}
100 Mbps	GRATIS 1000 menit nelson lokal/interlokal	Basic	2+8* Bulan Bebas Nonton	3+6* Bulan Bebas Nonton	1.618 ^{***}

SYARAT & KETENTUAN

- Harga berlaku untuk pelanggan baru mulai 1 Desember 2016.
- Harga di atas untuk pembayaran setiap bulan.
- Harga sudah termasuk biaya sewa modem atau biaya sewa ONT.
- Biaya Pasang Baru (PSB) IndiHome Rp150.000 akan ditagihkan pada bulan pertama saja dan tidak diperkenankan melakukan pembayaran secara tunai selain di Piasa Telkom.
- Syarat & ketentuan berlaku.

*Tambahan layanan add-on Telepon Mania.
**Tambahan layanan add-on Trend Micro Antivirus.
***On Net (sisa-sisa telepon rumah).

IndiHome Fiber
www.indihome.co.id
Telkom Indonesia
the world in your hand

CF179/04-2016

Sumber : Telkom Witel Kudus

Gambar 1.2
Instagram Indihome Witel Kudus

indihomewitelkudus
252 Posting... 1.937 Pengikut 401 Mengikuti
IndiHome Fiber WITEL KUDUS
Produk/Layanan
• Account Indihome @telkomkudus
• Paket Promo & Add-On Indihome... lainnya
indihomewitelkudus.com/
Jl. Jenderal Sudirman 66-68, Kudus 59312
Ikuti Kirim Pes... Kontak

avg_indihomekudus
38 Posting... 193 Pengikut 996 Mengikuti
IndiHome
Produk/Layanan
HARGA MULAI 200RB
PEMASANGAN WIFI BARU
WILAYAH KUDUS dan SEKITARNYA
WA/DM/CALL : 085327321692
Ikuti Kirim Pes... Telepon

mengenai produknya, maka kepuasan pelanggan akan semakin meningkat (Rivai dan Wahyudi, 2017).

Akan tetapi hal ini sangat berbeda dengan hasil penelitian Sulistiyanto dan Soliha (2015) menyatakan bahwa persepsi harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini diperkuat oleh Cahya dan Shihab (2018) menyatakan bahwa variabel persepsi harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Duzovic et al (2016) bahwa variabel persepsi harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Variabel layanan purna jual memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Layanan purna jual merupakan satu-satunya variabel independen yang memiliki pengaruh sangat kuat terhadap kepuasan pelanggan, hal tersebut menunjukkan bahwa pelanggan akan merasa puas jika layanan purna jual yang diberikan Asus baik, semakin tinggi kualitas layanan akan membuat konsumen semakin puas, demikian sebaliknya. Dimensi fasilitas dan perlengkapan memiliki pengaruh paling besar terhadap kepuasan pelanggan, sama besarnya terhadap keputusan pembelian, hal ini mengindikasikan fasilitas dan perlengkapan adalah faktor yang harus diperhatikan dengan sangat serius jika ingin penjualan Asus semakin meningkat (Cahya dan Shihab, 2018). Hal ini juga diperkuat oleh Ernoputri, Arifin, dan Fanani (2016) bahwa layanan purna jual secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Variabel promosi memiliki nilai positif dan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan semakin besar frekuensi promosi dan berbagai macam promosi yang diberikan kepada pelanggan akan meningkatkan keputusan pembelian dan kepuasan yang baik dari pelanggan oleh Amelia, Kusumawati, dan Mawardi (2015). Hal ini juga diperkuat oleh Indrayanti (2015) menyatakan bahwa promosi yang dilakukan memiliki pengaruh yang besar dalam menarik dan mempertahankan nasabah dan bentuk promosi yang paling berpengaruh dalam menarik dan mempertahankan nasabah adalah penjualan tatap muka. Karena dalam penelitian Tjahjaningsih (2013) informasi produk dengan adanya diskon dan penawaran khusus lainnya pada produk dapat meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan.

Berbeda dari pernyataan Haryanto (2013) menyatakan bahwa strategi promosi mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan tidak terbukti. Hal ini juga diperkuat dalam penelitian Lenzun, Massie, dan Adare (2014) bahwa promosi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Telkomsel, dengan demikian hipotesis ditolak. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelanggan kartu prabayar Telkomsel tidak menganggap penting promosi yang dilakukan oleh perusahaan.

Berdasarkan latar belakang masalah dari kajian teori dan hasil penelitian – penelitian terdahulu, maka penulis tertarik untuk menganalisis permasalahan yang ada. Untuk mengetahui lebih lanjut bagaimana pengaruh persepsi harga, layanan purna jual, dan promosi yang diberikan oleh Telkom Witel Kudus terhadap kepuasan pelanggan Indihome, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan

judul : **“Pengaruh Persepsi Harga, Layanan Purna Jual, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome (Studi pada Pelanggan Indihome Telkom Witel Kudus)”**

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan?
2. Bagaimana pengaruh layanan purna jual terhadap kepuasan pelanggan?
3. Bagaimana pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan?

1.3. Pembatasan Masalah

Berdasarkan beberapa perumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka terdapat pembatasan masalah agar penelitian menjadi lebih spesifik. Masalah penelitian ini dibatasi pada variabel – variabel yang diteliti, obyek yang diteliti, dan waktu penelitian yang dilakukan. Berdasarkan uraian tersebut, batasan masalah dalam penelitian ini adakah sebagai berikut:

- a. Batasan Variabel : Penelitian ini dibatasi pada pengaruh persepsi harga, layanan purna jual, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan Indihome.
- b. Batasan Obyek : Batasan obyek ini dibatasi pada pelanggan Indihome di kabupaten Kudus saja.
- c. Batasan Waktu : Penelitian dilakukan pada bulan September 2019 sampai dengan bulan Januari 2020.

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan permasalahan yang dijabarkan di atas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan Indihome di kabupaten Kudus.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh layanan purna jual terhadap kepuasan pelanggan Indihome di kabupaten Kudus.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan Indihome di kabupaten Kudus.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki manfaat bagi beberapa pihak, sebagai berikut :

1. Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan wawasan dan pengetahuan secara umum, khususnya : persepsi harga, layanan purna jual, dan promosi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber informasi, bahan referensi, dan bacaan yang dapat menambah pengetahuan bagi pembacanya.

2. Manfaat Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi perusahaan mengenai persepsi harga, layanan purna jual, dan promosi yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sehingga dapat meningkatkan penjualan produk Indihome.

3. Manfaat Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas pemahaman dibidang marketing serta menambah wawasan ilmu yang diperoleh selama menempuh kuliah.