

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Pertumbuhan pesat industri telekomunikasi di Indonesia telah menciptakan persaingan yang semakin ketat antara operator seluler. Salah satu operator yang signifikan dalam pasar adalah Smartfren, dengan layanan kartu pakatnya yang populer di kalangan pengguna internet seluler. Dalam lingkungan bisnis yang kompetitif ini, memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan menjadi sangat penting bagi kesuksesan perusahaan seperti Smartfren. Dua faktor utama yang umumnya mempengaruhi kepuasan pelanggan ialah harga dan kualitas pelayanan.

Harga termasuk salah satu pertimbangan utama untuk konsumen saat memilih produk atau layanan telekomunikasi. Menurut Philip Kotler (2012) harga yakni jumlah uang atau nilai yang wajib dibayarkan konsumen dalam upaya mendapatkan suatu produk atau layanan. Harga juga dapat menjadi alat strategis dalam mencapai tujuan bisnis seperti meningkatkan pangsa pasar atau membangun citra merek. Harga memiliki peran penting dalam pasar dan strategi pemasaran. Pelanggan ingin mendapatkan nilai terbaik dari investasi mereka, sehingga harga menjadi faktor penting dalam menilai kepuasan mereka dengan layanan kartu paket Smartfren. Selain itu, kualitas pelayanan juga memiliki peran besar dalam membentuk persepsi pelanggan terhadap sebuah merek atau perusahaan. Kualitas jaringan kemudahan akses, tingkat gangguan sinyal,

dukungan teknis, dan responsivitas customer service dapat berkontribusi pada tingkat kepuasan pelanggan.

Namun demikian, masih ada ketidak jelasan mengenai sejauh mana pengaruh harga dan kualitas pelayanan bagi kepuasan pelanggan kartu paket Smartfren. Karenanya, penelitian ini bertujuan menganalisis secara lebih mendalam mengenai dampak aspek-aspek tersebut bagi kepuasan pelanggan. Dengan pemahaman yang lebih baik terkait hubungan antara harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan di pasar kartu paket Smartfren, perusahaan dapat mengidentifikasi area-area yang perlu ditingkatkan atau disempurnakan guna meningkatkan tingkat kepuasan dan mempertahankan pangsa pasarnya.

Dengan demikian, penelitian ini memiliki relevansi penting dalam konteks industri telekomunikasi Indonesia. Diharapkan hasil studi ini bisa memberi wawasan berharga untuk operator seluler lainnya serta kontribusi pada perkembangan teori manajemen. Pengguna kartu paket Smartfren terus menghadapi peningkatan disetiap tahunnya. Sejumlah faktor yang membuat orang memilih dalam menggunakan kartu paket Smartfren, seperti: yang pertama yakni Smartfren memiliki jaringan 4G LTE yang luas di banyak daerah di Indonesia. Hal ini membuat mereka menjadi pilihan bagi pengguna yang mencari koneksi internet cepat dan stabil, yang kedua Kartu paket Smartfren menawarkan harga yang kompetitif dibandingkan dengan operator lainnya (Putri,A. R. 2021). Mereka menyediakan berbagai jenis paket dengan kuota internet besar dan tarif murah, Pengguna kartu paket Smartfren sering kali puas dengan kecepatan internet yang ditawarkan oleh operator ini. Dalam beberapa tes kecepatan internet, hasilnya tergolong baik dan sesuai dengan ekspektasi pelanggan, Yang ketiga Selain akses

internet berkualitas, Smartfren juga menawarkan fitur-fitur unggulan seperti layanan streaming musik tanpa kuota (MusicMAX) dan aplikasi hiburan (VidioMAX), sehingga meningkatkan nilai tambah bagi para penggunanya, dan yang terakhir yaitu pada waktu-waktu tertentu Smartfren seringkali memberikan promosi-promosi menarik seperti bonus kuota atau diskon spesial kepada pelanggannya sebagai bentuk apresiasi atas dukungan mereka.

Namun tentunya ada juga beberapa pengguna yang mungkin memiliki keluhan atau masalah tertentu terkait layanan tersebut, sebab masing-masing individu mempunyai pengalaman yang tidak sama. Harga yang tidak sejalan dengan nilai yang diberikan jika harga paket kartu Smartfren terlalu tinggi dibandingkan dengan manfaat dan fitur yang ditawarkan, pelanggan mungkin merasa bahwa mereka tidak mendapatkan nilai yang sebanding dengan uang yang mereka bayar, Pelanggan dapat merasa kecewa jika kualitas pelayanan atau jaringan kartu Smartfren tidak memenuhi harapan mereka. Misalnya, jika sinyal sering putus-putus atau lambat, hal ini dapat mengganggu penggunaan internet atau panggilan telepon. Masalah dalam cakupan jaringan juga bisa menjadi kendala bagi pelanggan Smartfren. Jika daerah tempat tinggal atau tempat kerja pelanggan memiliki sinyal lemah atau bahkan tidak ada sinyal sama sekali, maka akan sulit bagi mereka untuk menggunakan layanan secara optimal. Kurangnya transparansi dalam biaya tambahan: Beberapa pelanggan mungkin merasa frustrasi jika ada biaya tambahan tersembunyi seperti biaya roaming internasional atau biaya langganan bulanan tertentu yang baru diketahui setelah mereka menggunakan layanan tersebut, Pelayanan konsumen yang kurang responsif: Jika pelanggan menghadapi masalah teknis atau memiliki pertanyaan tentang layanan,

respon dari tim pelayanan konsumen Smartfren yang lambat atau tidak memadai dapat menyebabkan ketidakpuasan.

Tabel 1. 1
Presentase Pengguna Kartu Sellular di Indonesia

NO	Nama Kartu	Presentase Pengguna
1	Telkomsel	41,94 %
2	XL Axiata	20,44 %
3	Indosat Ooredoo	17,78 %
4	TRI	14,08 %
5	Smartfren	5,76 %

(Sumber: *Katadata.co.id* 2022)

Dari tabel di atas dapat kita ketahui bahwa presentase pengguna kartu smartfren masih sangat rendah bahkan paling dari ke lima pesaingnya. Tentu hal ini bukan tanpa alasan Salah satu faktor utama adalah cakupan jaringan. Meskipun Smartfren memiliki kecepatan internet yang cukup baik di daerah-daerah tertentu, namun masih mungkin terdapat daerah dengan sinyal yang lemah atau tidak terjangkau oleh jaringannya. Hal ini bisa membuat pengguna enggan mau menggunakan kartu Smartfren karena mereka butuh akses internet yang lancar dan stabil. Selain itu di pasar telekomunikasi Indonesia, terdapat persaingan ketat antara operator-operator seluler lainnya seperti Telkomsel, Indosat Ooredoo, XL Axiata, dan Tri (3). Masing-masing operator menawarkan paket-paket data dan layanan tambahan untuk memikat pelanggan mereka. Itu sebabnya banyak orang lebih memilih operator lain daripada Smartfren. Penilaian tentang kualitas layanan juga berpengaruh dalam pemilihan kartu SIM. Jika pengguna merasa bahwa

kualitas pelayanan dari Smartfren kurang memadai dibandingkan dengan operator lainnya dalam hal kecepatan internet atau responsifnya customer service-nya, maka kemungkinan besar mereka akan mencari alternatif lain.

Menurut Zeithaml (2009) hubungan antara harga dan kualitas layanan sangat krusial untuk membentuk persepsi pelanggan tentang nilai suatu produk atau layanan. Dia mengemukakan bahwa jika harga lebih tinggi daripada harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan harus sebanding dengan harga tersebut untuk menciptakan kepuasan pelanggan yang optimal. Menurut temuan Consuegra et al (2007), menyatakan bahwasanya kewajaran harga memengaruhi kepuasan pelanggan. Adapun Zeithaml (2009) hubungan antara harga dan kualitas layanan sangatlah penting untuk membentuk persepsi pelanggan tentang nilai suatu produk atau layanan. Dia mengemukakan bahwa jika harga lebih tinggi daripada harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan harus sebanding dengan harga tersebut untuk menciptakan kepuasan pelanggan yang optimal.

Merujuk kepada penjelasan inilah bisa dikatakan bahwasanya harga dan kualitas pelayanan sangat berpengaruh bagi kepuasan pelanggan. Dengan demikian, penulis melaksanakan penelitian yang berjudul “ Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan *Kartu Paket Smartfren*”.

1.2 Identifikasi Masalah

Mengacu kepada latar belakang dan permasalahan penelitian di atas, demikian dapat diidentifikasi masalah yang didapatkan yakni :

- 1) Sejauh mana kombinasi antara harga dan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan kartu Smartfren

- 2) Faktor-faktor spesifik yang membuat mereka memilih atau tidak memilih Smartfren sebagai penyedia layanan harus di perhatikan.

1.3 Pembatasan Masalah Penelitian

Penelitian hanya berfokus pada pelanggan kartu Smartfren atau segmen pasar yang spesifik, seperti pengguna internet rumah atau pengguna paket data seluler. Penelitian dapat dibatasi hanya pada segmen pelanggan tertentu, misalnya pengguna prabayar atau paket data spesifik yang ditawarkan oleh Smartfren. Selain itu penelitian bermaksud menilai besaran pengaruh harga dan kualitas pelayanan bagi kepuasan pelanggan kartu smartfren. Perlu di ketahui bahwasanya pengaruh harga dan kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan dapat bervariasi dari individu ke individu. Beberapa pelanggan mungkin lebih sensitif terhadap faktor harga, sementara yang lain lebih fokus pada pengalaman pelayanan secara keseluruhan.

1.4 Rumusan Masalah

Mengacu kepada batasan permasalahan, karenanya rumusan masalah yang ditetapkan mencakup:

1. Apakah Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Kartu Paket *Smartfren*?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Kartu Paket *Smartfren*?
3. Apakah Harga dan Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan kartu paket *Smartfren*?

1.5 Tujuan Penelitian

Berpedoman kepada dari latar belakang dan rumusan permasalahan penelitian yang di paparkan di atas, demikian sasaran yang ingin dicapai pada temuan ini mencakup:

- 1) Untuk mengetahui pengaruh harga bagi kepuasan pelanggan kartu paket *smartfren*.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan bagi kepuasan pelanggan kartu paket *smartfren*.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan bagi kepuasan pelanggan kartu paket *smartfren*.

1.6 Manfaat Hasil Penelitian

- 1) Manfaat Teoritis

Penelitian ini mampu memberisumbangan terhadap teori pemasaran melalui memperluas pemahaman kita tentang aspek-aspek yang memengaruhi kepuasan pelanggan pada konteks industri telekomunikasi, khususnya kartu Smartfren. Melalui penelitian ini, kamu dapat mengembangkan atau mengonfirmasi hubungan antara harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan. Dengan memahami pengaruh harga dan kualitas pelayanan bagi kepuasan pelanggan kartu Smartfren, hasil penelitianmu dapat memberikan masukan berharga bagi perusahaan tersebut untuk meningkatkan strategi bisnis mereka. Ini termasuk pengaturan tarif yang lebih efektif serta peningkatan dalam penyediaan layanan agar sesuai dengan harapan konsumen.

2) Manfaat Praktis

Dengan memahami pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang aspek-aspek spesifik yang perlu ditingkatkan. Hal ini memungkinkan Smartfren untuk mengidentifikasi area-area di mana mereka bisa meningkatkan layanan dan menyesuaikan strategi bisnis mereka untuk lebih memenuhi harapan pelanggan. Selain itu Penelitian ini dapat membantu Smartfren dalam merumuskan strategi penetapan harga yang tepat agar sejalan pada persepsi pelanggan tentang nilai produk ataupun layanan yang diberikan. Dengan memahami hubungan antara harga dan kepuasan pelanggan, Smartfren bisa menentukan apakah penyesuaian harga diperlukan untuk meningkatkan tingkat kepuasan.

