BAB I

PENDAHULUAN

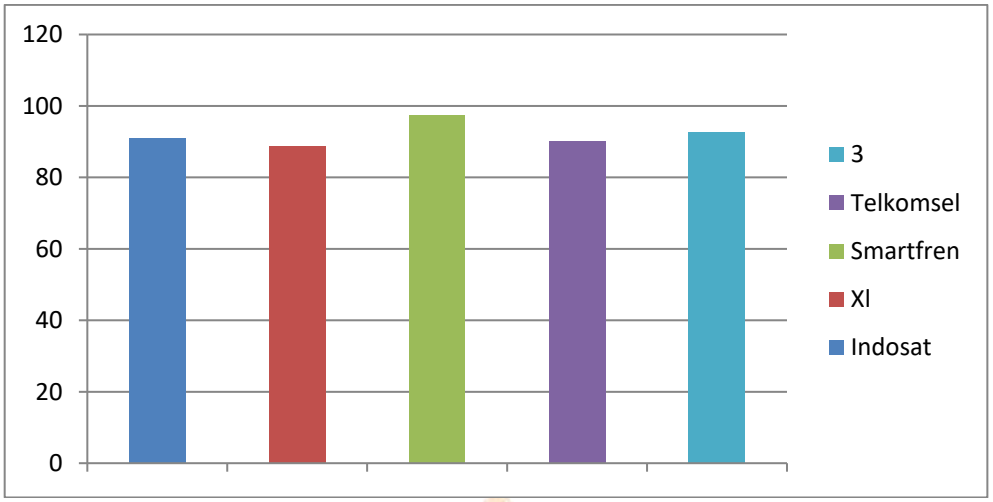
1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Perusahaan teknologi telekomunikasi merupakan perusahaan yang mengalami pertumbuhan yang sangat pesat yang berdampak pada persaingan operator telekomunikasi. Teknologi yang semakin canggih menuntut perkembangan informasi yang beredar di masyarakat, memaksa para pengguna *provider* untuk bertidak lebih cepat agar tidak terlambat dalam penerimaan informasi. Setiap orang yang membutuhkan informasi baik dari orang lain maupun internet untuk berbagai kepentingan salah satu media yang digunakan adalah *handphone*. Banyaknya pengguna *handphone* menjadikan masyarakat bergantung pada jasa telekomunikasi yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat seperti sebagai sarana komunikasi dan mengakses informasi melalui jaringan internet.

Dengan adanya *handphone* maka diperlukan *provider* atau kartu seluler seperti Indosat Ooredoo, Telkomsel, XL Axiata, Smartfren dll untuk menunjang kualitas dari produk tersebut. Karena banyaknya produk kartu seluler yang sangat bervariasi mengakibatkan persaingan semakin ketat. Agar dapat bersaing di pasar perusahaan harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan. Menurut Haromain dan Suprihhadi (2016) kunci utama perusahaan untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan. Tanpa didukung dengan strategi tersebut perusahaan tidak akan dapat

memenangkan persaingan untuk menjadi pemimpin pasar, selain itu juga dibutuhkan kreatifitas dan inovasi agar selalu dapat eksis di pasaran.

Salah satu operator seluler yang ikut bersaing di pasaran adalah PT. XL Axiata Tbkyang sebelumnya bernama PT Excelcomindo Pratama Tbk merupakan salah satu operator telekomunikasi seluler di Indonesia yang bergerak di bidang jasa yang beroperasi secara komersial pada tanggal 8 Oktober 1996. XL Axiatamenawarkan produk dan layanan untuk memenuhi kebutuhan komunikasi dari menyediakan jasa telekomunikasi seluler jenis GSM *(Global System for Mobile),* XL prabayar dan XL pascaprabayar. Selain XL Axiata juga terdapat perusahaan jasa telekomunikasi lainnya yang menawarkan fitur-fitur yang samasalah satunya ketersediaan jaringan 4G.Di masa pandemi *Covid-19* memaksa semua orang untuk melakukan aktivitas secara online maka, ketersediaan jaringan 4G yang tinggi akan memberikan manfaat yang besar. Karena saat ini kelancaran jaringan internet sangat dibutuhkan untuk menjalankan pekerjaan atapun aktivitas secara online. Dengan tersedianya jaringan 4G akses internet akan lebih cepat dibandingkan jaringan 3G.Bedasarkan data yang diperoleh dari *opensignal.com*persentase ketersediaan jaringan 4G pada perusahaan jasa telekomunikasi di Indonesia tahun 2020 dapat dilihat pada Gambar 1.1



(Sumber: opensignal.com)

Gambar 1.1
Persentase Ketersediaan Jaringan 4G

Bedasarkan Gambar 1.1 diatas menurut *opensignal.com*Smartfren berada di posisi pertama dalam hal ketersediaan jaringan 4G dengan persentase sebesar 97,4. Di posisi kedua yaitu Tri dengan persentase sebesar 92,6%, sedangkan Indosat Ooredo memperoleh persentase sebesar 90,8%, dan Telkomsel memperoleh persentase sebesar 90,0%. Semenatara itu, XL Axiata memperoleh persentase paling kecil sebesar 88,8% dalam hal ketersediaan jaringan 4G. Karena ketersediaan jaringan 4G yang dimiliki oleh XL Axiata lebih rendah dengan *provider* lainnya, maka hal tersebut akan menyebabkan ketidakpuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu ukuran dimana kebutuhan dan keinginan dapat terpenuhi. Kepuasan pelanggan dapat diperoleh dari seberapa besar kinerja perusahaan dalam menangani keluhan-keluhannya dengan memberikan solusi yang tepat terhadap keluhan pelanggan Noviyanti (2018).Untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan terhadap kartu XL Axiata, maka sebelumnya telah dilakukan penyebaran kuesioner awal terhadap 10 responden. Menurut Irawan (2008) terdapat empat indikator kepuasan

pelanggan diantaranya perasan puas, dalam arti puas akan produk dan pelayanannya (Y1), selalu membeli produk (Y2), akan merekomendasikan kepada orang lain (Y3) terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk (Y4). Berikut hasil kuesioner awal terhadap 10 responden pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha

Tabel 1.1
Observasi Awal Variabel Kepuasan Pelanggan

No	Skor Kepuasan Pelanggan				Total	Kategori
	Y1	Y2	Y3	Y4		
1	1	2	2	2	7	Rendah
2	1	2	3	1	7	Rendah
3	2	3	2	2	9	Sedang
4	2	2	2	1	7	Rendah
5	1	1	3	1	6	Rendah
6	2	3	1	2	8	Rendah
7	2	1	3	2	8	Rendah
8	2	2	1	1	6	Rendah
9	2	2	2	1	7	Rendah
10	2	1	2	1	6	Rendah
Jumlah	17	19	21	14	71	Rendah

(Sumber: Lampiran 3)

Tabel 1.1 menunjukkan penilaian terhadap kepuasan pelanggan kartu XL Axiata pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha yang tergolong rendah. Indikator terpenuhinya harapan pelanggan memberikan pengaruh paling besar terhadap rendahnya kepuasan pelanggan kartu XL Axiata. Menurut Santosa, dkk (2016) kemajuan teknologi yang semakin pesat memunculkan banyak perusahaan operator telekomunikasi yang menyediakan layanan jasa telekomunikasi. Untuk mengatasi rendahnya tingkat kepuasan pelanggan maka salah satu upaya yang dilakukan oleh perusahaan adalah dengan menerapkan strategi meningkatkan kualitas pelayanan (Andalusi, 2018). Jadi

dengan memberikan pelayanan yang baik dan produk yang berkualitas maka akan dapat menciptakan kepuasan pelanggan.

Faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan salah satunya adalah kualitas produk. Kualitas produk merupakan karakteristik yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen yang diimplikasikan (Kotler dan Armstrong, 2008: 272) . Dengan kualitas produk yang baik maka keinginan pelanggan dapat terpenuhi. Aritonang(2005)menyatakan terdapat tiga indikator kualitas produk diataranya fitur ($X_{1.1}$), daya tahan ($X_{2.2}$), mudah diperbaiki ($X_{3.3}$), baik buruknya riview terhadap produk ($X_{1.4}$). Berikut hasil kuesioner awal terhadap 10 responden pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.

Tabel 1.2
Observasi Awal Variabel Kualitas Produk

No	Skor Kualitas Produk				Total	Kategori
	$X_{1.1}$	$X_{1.2}$	$X_{1.3}$	$X_{1.4}$		
1	1	2	2	1	6	Rendah
2	2	1	2	3	8	Rendah
3	1	2	1	2	6	Rendah
4	1	2	2	2	7	Rendah
5	1	3	2	2	8	Rendah
6	1	2	1	3	7	Rendah
7	2	2	2	3	9	Sedang
8	1	3	2	1	7	Rendah
9	2	3	1	1	7	Rendah
10	2	3	3	2	10	Sedang
Jumlah	14	23	18	20	75	Rendah

(Sumber: Lampiran 3)

Tabel 1.2 menunjukkan variabel kualitas produk kartu XL Axiata pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha tergolong dalam kategori yang rendah. Indikator fitur *(feature)* memberikan pengaruh paling besar terhadap rendahnya kepuasan pelanggan. Fitur adalah karakteristik produk yang

dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan pelangganterhadap produk (Titisari, 2017). Jika fitur produk kurang lengkap dan tidak menarik maka akan muncul ketidakpuasan pelanggan. Tjiptono (2005:5) mengatakan suatu produk berkualitas apabila dapat membahagiakan pelanggan. Jadi dengan menyediakan fitur yang berbeda dari perusahaan lain akan dapat memberikan kepuasan pelanggan, semakin bagus dan menarik fitur yang ditawarkan maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan.

Selain kualitas produk, variabel lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan.Menurut Haromain dan Suprihhadi (dalam Kotler dan Amstrong, 2012:681) kualitas layanan adalah keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dariproduk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik akan mampu untuk bersaing dan dapat mempengaruhi rasa kenyamanan dan kesetiaan pelanggan. Irawan (2008) menyatakan terdapat lima indikator kualitas pelayanan diantaranya bukti fisik($X_{2.1}$), kehandalan ($X_{2.2}$), daya tanggap($X_{2.3}$), empati ($X_{2.4}$), jaminan ($X_{2.5}$). Berikut hasil kuesioner awal terhadap 10 responden pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha

Tabel 1.3
Observasi Awal Variabel Kualitas Pelayanan

No	Skor Kualitas Pelayanan					Total	Kategori
	$X_{2.1}$	$X_{2.2}$	$X_{2.3}$	$X_{2.4}$	$X_{2.5}$		
1	2	2	2	2	1	9	Rendah
2	3	1	1	2	2	9	Rendah
3	1	2	3	1	3	10	Rendah
4	2	1	3	2	3	11	Sedang
5	3	2	2	1	2	10	Rendah
6	2	1	2	3	1	9	Rendah
7	2	2	3	2	2	11	Sedang

No	Skor Kualitas Pelayanan					Total	Kategori
	$X_{2.1}$	$X_{2.2}$	$X_{2.3}$	$X_{2.4}$	$X_{2.5}$		
8	2	1	2	2	3	10	Rendah
9	1	3	2	1	2	9	Rendah
10	2	2	2	2	2	10	Rendah
Jumlah	20	17	22	18	21	98	Rendah

(Sumber: Lampiran 3)

Tabel 1.3 menunjukkan variabel kualitas pelayanan tergolong dalam kategori yang rendah. Indikator kehandalan (*reliability*) memberikan pengaruh paling besar terhadap rendahnya kepuasan pelanggan pengguna kartu XL Axiata pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. Tjiptono (2008) menjelaskan kehandalan yaitu berkaitan dengan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang disajikan secara akurat dan sesuai dengan yang telah dijanjikan. Salah satu faktor yang dapat memberikan kepuasan terhadap pengguna kartu seluler kemampuan suatu jaringan operasi menghadirkan *customer service* (Hastono, 2015). Jadi apabila pelanggan mendapatkan pelayanan yang sesuai dengan yang telah dijanjikan dari karyawan XLAxiata maka akan dapat menciptakan kepuasan pelanggan XL Axiata. Pelanggan pada dasarnya selalu memperhatikan mutu dan transaksi dari perusahaan tersebut sehingga harapan pelanggan pun dapat terwujud.

Bedasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka dapat diajukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu XL Axiata Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha”

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Bedasarkan latar belakang diatas, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut :

1. Rendahnya jaringan 4G XL Axiata mengakibatkan adanya ketidakpuasan pelanggan
2. Terdapat banyak variabel yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan suatu produk atau jasa

1.3 Pembatasan Masalah

Bedasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas, maka penelitian ini hanya memfokuskan pada permasalahan mengenai variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan.

1.4 Rumusan Masalah

Bedasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang diajukan penulis sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggankartu XL Axiatapada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggankartu XL Axiatapada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha?

3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan kartu XL Axiata pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha?

1.5 Tujuan Penelitian

Bedasarkan latar belakang dan rumusan masalah penelitian, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menguji pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kartu XL Axiata pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha
2. Menguji kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan kartu XL Axiata pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
3. Menguji kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kartu XL Axiata pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.

1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis

   Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan yang nantinya dapat memberikan manfaat bagi pembaca yang ingin melakukan penelitian khususnya dalam bidang ilmu manajemen pemasaran yang berkaitan dengan pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak manajemen pengelola XL Axiata mengenai informasi terkait faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan

UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
UNDIKSHA