

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Internet Indonesia berkembang dari masa ke masa. Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang pada periode 2020-2022. mayoritas belanja kuota internet per tahun masyarakat Indonesia semakin meningkat pada 2021. Perusahaan riset jaringan seluler OpenSignal mengungkapkan rata-rata pengguna smartphone di Indonesia menggunakan kuota internet sebanyak 14,6 dan 17,7 GB per bulan. Penjualan paket data internet hingga saat ini menjadi usaha yang menjanjikan. Hal ini disebabkan karna meningkatnya pengguna internet olah banyak kalangan. Pada januari 2023. Menurut data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tingkat penetrasi internet Indonesia meningkat dari total populasi pada awal awal tahun 2020 hingga 2023. Di bawah ini merupakan data pengguna internet di Indonesia dari tahun 2020-2023

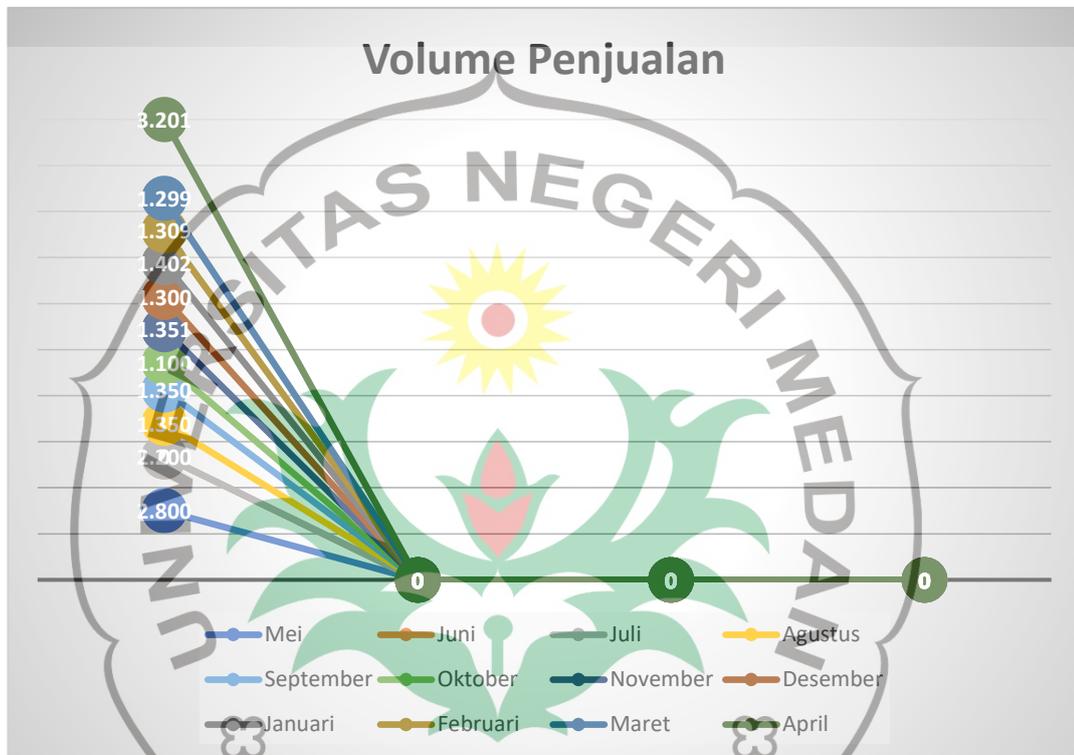
Tabel 1.1 Jumlah Pengguna internet

| No. | Tahun | Pengguna internet (juta Orang) |
|-----|-------|--------------------------------|
| 1 | 2020 | 196,7 |
| 2 | 2021 | 203 |
| 3 | 2022 | 204,7 |
| 4 | 2023 | 213 |

Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2023)

Berdasarkan table diatas maka diketahui bahwa pengguna internet di Indonesia pada 4 tahun terakhir mengalami peningkatan setiap tahunnya. Paket internet sekarang sudah menjadi kebutuhan bagi setiap orang, selain digunakan untuk interaksi dengan orang lain, internet juga di gunakan untuk pekerjaan, Pendidikan dan juga lain lain. Maka dari itu setiap orang wajib memiliki jaringan internet yang stabil. Dengan semakin banyaknya pengguna internet di Indonesia semakin banyak juga yang membuka usaha paket data internet sehingga menyebabkan persaingan dalam penjualan semakin ketat. Demi menjaga kelangsungan usaha di tengah tangan persaingan bisnis yang sangat kompetitif, suatu perusahaan harus memberikan kepuasan pelanggannya Prasetyo (2012) .

Menurut Oktarini (2019) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah sebagai evaluasi purna beli, dimana persepsi terhadap kinerja alternatif produk/pelayanan yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum pembelian. Apabila persepsi terhadap kinerja tidak dapat memenuhi harapan, maka yang terjadi adalah ketidakpuasan. Sependapat dengan Khasanah (2010) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dengan harapannya. Bila kinerja produk tidak sesuai dengan harapannya setelah dikonsumsi maka konsumen akan merasa tidak puas sehingga dari pembelajaran tersebut dia akan merasa kecewa. Namun bila terjadi sebaliknya yaitu kinerja produk atau jasa sesuai dengan harapannya, maka konsumen akan merasa amat bergairah untuk mengkonsumsi produk atau jasa itu kembali.



Sumber : Pemilik toko paket data internet tahun 2023-2034

Gambar 1.1 Grafik Penjualan Royal Ponsel

Berdasarkan fenomena yang terjadi pada Royal Ponsel dalam 12 bulan terakhir ditemukan ketidakstabilan volume penjualan. Hal ini berkaitan dengan kualitas pelayanan dan harga yang diberikan oleh Royal Ponsel kepada pelanggan. Ketidakstabilan penjualan dapat dilihat pada grafik diatas. Hal tersebut mempengaruhi bahwa adanya *trend negative* terhadap segi pelayanan yang kurang responstif dan harga yang tidak stabil. Menurut pemilik toko (Andy) Ketidakstabilan terjadi karena pelayanan yang kurang memuaskan pelanggan dari segi pelayanan ke pelanggan, respon karyawan yang kurang mengenakan ketika pelanggan komplain. Karena pelayanan kepada pelanggan secara langsung kebanyakan diberikan oleh karyawan, tentunya supaya karyawan mampu melayani

pelanggan dengan baik. Hal ini didukung juga oleh penelitian Rusmayaidi (2018) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh 67% terhadap peningkatan volume penjualan .

Berdasarkan wawancara yang dilakukan pada tanggal 8 Desember 2023 kepada Ibu Ani pelanggan regular royal ponsel didapat informasi bahwa masih terdapat beberapa kendala yang berhubungan dengan kualitas pelayanan seperti pelayanan yang lambat atau kurang responstif, pelayanan yang kurang tanggap dalam menghadapi pelanggan yang komplain serta kurangnya informasi dari karyawan mengenai promo harga paket data.

Didapatkan suatu fenomena yang perlu dikaji secara dalam bahwa pada pelanggan royal ponsel secara keseluruhan menyatakan bahwa merupakan konsumen yang aktif membeli kartu paket internet, namun selalu berganti-ganti brand provider seluler dengan mempertimbangkan daya beli dan program promo harga yang ditawarkan oleh provider seluler yang bersangkutan. seperti yang disampaikan bapak dedi pelanggan regular royal ponsel pada tanggal 11 juni 2024 menyatakan bahwa harga paket data royal ponsel sering berubah-ubah kadang naik kadang turun sering terjadinya hal itu bapak dedi sering berganti-ganti paket data internet tergantung dengan harga yang sesuai dengan keadaan bapak dedi .

Fenomena- fenomena yang didapatkan pada pengamatan dilapangan tersebut mengarahkan pemikiran pada penelitian ini bahwa tingkat kepuasan penggunaan suatu pelayanan paket data internet seluler pada pelanggan royal ponsel dapat dipengaruhi dari kualitas pelayanannya serta harga dari

penjualannya. Dari wawancara tersebut hal ini mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam membeli kebutuhan paket mereka di Royal Ponsel. Hal ini sependapat dengan kepuasan pelanggan tergantung pada harga dan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh karyawan merupakan titik utama pada proses sebelum, saat, dan sesudah transaksi hal tersebut penting karena memainkan peranan penting dalam memuaskan pelanggan kurdi (2020).

Tabel 1.2 Hasil Pra Survey Mengenai Kepuasan Pelanggan Di Royal Ponsel Kota Medan

| No | Indikator Kepuasan Pelanggan | Respond dari Respondent | |
|----|------------------------------|-------------------------|-------|
| | | Ya | Tidak |
| 1 | Kesesuaian Harapan | 23,3% | 76,7% |
| 2 | Minat Berkunjung | 33,3% | 66,7% |
| 3 | Kesediaan Merekomendasi | 33,3% | 66,7% |

Sumber data : Diolah oleh Peneliti

Berdasarkan tabel 1.2 yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan merasa tidak puas. Banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Maulana.A (2016) Mengemukakan dua faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 1.3 Hasil Pra Survey Mengenai Kualitas Pelayanan Di Royal

Ponsel Kota Medan

| No | Indikator Kualitas Pelayanan | Respond dari Respondent | |
|----|------------------------------|-------------------------|-------|
| | | Ya | Tidak |
| 1 | Kehandalan | 26,6% | 72,4% |
| 2 | Daya Tanggap | 43,3% | 56,7% |
| 3 | Jaminan | 56,7% | 43,3% |
| 4 | Empati | 30% | 70% |
| 5 | Bukti Fisik | 46,7% | 53,3% |

Sumber data : Diolah oleh Peneliti

Menurut kasmir (2017) kualitas pelayanan didefinisikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang untuk bertujuan memberikan kepuasan pada pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik adalah memberikan pelayanan cepat tanggap atau cepat merespon dalam membantu dan melayani kebutuhan pelanggan. mampu mempunyai pengetahuan kualitas tentang produk secara detail, menjelaskan secara sopan, komukatif dan ramah kepada pelanggan. Hal ini penting karena menurut Kotler *et al.*, (2010) Mengatakan bahwa apabila sebuah perusahaan yang bisa mewujudkan kualitas layanan dan dapat terpenuhi ataupun melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan, maka bisa disebut bahwa perusahaan tersebut telah bisa memberikan kepuasan pelanggan serta bisa juga disebut sebagai perusahaan yang memiliki kualitas pelayanan yang baik. Menurut hasil penelitian dari Barata (2004) mengatakan baha Kualitas pelayanan adalah kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan

kebutuhan dari mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu loyal kepada perusahaan.

Tabel 1. 4 Hasil Pra Survey Mengenai Harga Di Royal Ponsel Kota Medan.

| No | Indikator Harga | Respond dari Respondent | |
|----|---|-------------------------|-------|
| | | Ya | Tidak |
| 1 | Keterjangkauan Harga | 53,3% | 46,7% |
| 2 | Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk | 60% | 40% |
| 3 | Kesesuaian Harga dengan Manfaat Produk | 53,3% | 46,7% |
| 4 | Harga Sesuai dengan Kemampuan atau Daya Saing | 63,3% | 36,7% |

Sumber data : Diolah oleh Peneliti

Menurut Thariq *et al.*, (2020) mendefinisikan harga adalah jumlah uang yang harus dibayar untuk mendapatkan hak untuk menggunakan produk. Setiap perusahaan harus menetapkan harganya secara tepat agar dapat sukses dalam memasarkan produknya. Sepanjang sejarahnya harga telah menjadi faktor utama yang mempengaruhi pilihan para pembeli, dalam beberapa terakhir beberapa faktor di luar harga menjadi semakin penting. Namun, harga tetap menjadi salah satu elemen yang paling penting dalam menentukan pangsa pasar dan keuntungan suatu perusahaan Prasetyo (2012). Hal ini didukung oleh penelitian Tugiono *et al*, (2021) Mengungkapkan bahwa harga memiliki pengaruh positive dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk meneliti masalah tersebut dengan judul penelitian yaitu “ **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Royal Ponsel di Kota Medan** “

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat diidentifikasi bahwa masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kurangnya kecepatan dan kesigapan dalam melayani pelanggan.
2. Kurangnya informasi yang diberikan kepada pelanggan mengenai harga promo maupun produk baru paket data internet.
3. Tidak menetapnya harga yang diberikan oleh royal ponsel (seringnya terjadi kenaikan harga)

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini tidak menyimpang dari tujuan, sasaran dan manfaatnya. Penulis membatasi subjek dan lingkup penelitian. Batasan masalah dalam penelitian ini ialah Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini dilakukan di Royal Ponsel Medan Tembung.

1.4 Rumusan masalah

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Royal Ponsel di Medan?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Royal Ponsel di Medan?
3. Apakah kualitas pelayanan dan harga secara bersamaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Royal Ponsel di Kota Medan Tembung.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Royal Ponsel di kota Medan Tembung.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Royal Ponsel di Kota Medan Tembung.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan bagi penulis dalam memahami ilmu manajemen pemasaran, khususnya mengenai kualitas pelayanan karyawan serta kepuasan pelanggan selama belanja kebutuhan paket data di Royal Ponsel

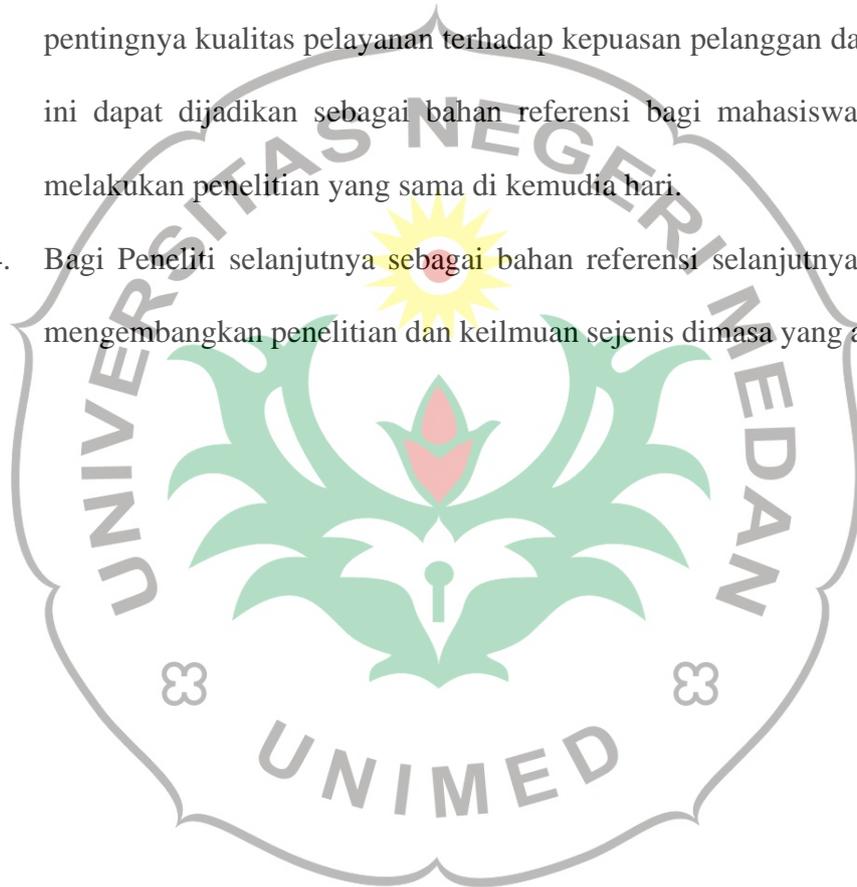
2. Bagi perusahaan

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi masukan yang dipertimbangkan sebagai faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dan tujuan pengambilan keputusan yang strategis dalam rangka pengembangan usaha.

3. Bagi Lembaga UNIMED

Diharapkan kegunaan penelitian ini menambah kajian ilmu mengenai pentingnya kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian yang sama di kemudian hari.

4. Bagi Peneliti selanjutnya sebagai bahan referensi selanjutnya yang ingin mengembangkan penelitian dan keilmuan sejenis dimasa yang akan datang.



THE
Character Building
UNIVERSITY