

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan teknologi di era globalisasi saat ini sangat cepat khususnya pada bidang telekomunikasi. Penggunaan media telekomunikasi sangat membantu manusia berinteraksi dan menyampaikan informasi tanpa bertemu secara langsung. Tingginya tingkat kebutuhan manusia akan telekomunikasi membuat media telekomunikasi saat ini menjadi kebutuhan dasar dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Kebutuhan akan akses internet meningkat tajam khususnya pada internet rumahan serta data lewat telepon seluler mulai tahun 2020. Peningkatan pada akses internet ini disebabkan oleh adanya aktivitas berbasis online atau virtual seperti kebijakan WFH “work from home” dan aktifitas pembelajaran jarak jauh, kegiatan virtual ini mulai diterapkan awal tahun 2020 bertepatan dengan munculnya penyebaran virus covid-19 di Indonesia. Hal inilah yang mendorong industri telekomunikasi seluler di Indonesia membuat setiap operator seluler melakukan persaingan antara satu dengan yang lainnya dan mengupayakan yang terbaik bagi pelanggan mereka melalui fasilitas pelayanan yang mereka tawarkan.

Salah satu operator yang ikut bersaing dipasaran yaitu telkomsel. Telkomsel merupakan operator telekomunikasi di Indonesia yang cukup populer dan sebagai salah satu perusahaan operator seluler terbesar di Indonesia. Sampai saat ini telkomsel telah berhasil menguasai pangsa pasar layanan telepon seluler karena telkomsel selalu memperhatikan konsumen dan pelanggan mereka dengan memberikan fasilitas pelayanan yang terbaik berupa rangsangan pemasaran seperti harga jual kartu perdana yang sangat murah, tarif bicara dan sms yang murah, jaringan telepon yang cukup luas, kemudahan untuk mendapatkan produk, bonus dan undian berhadiah maupun kecanggihan teknologi. Walaupun telkomsel telah memberikan layanan yang cukup baik kepada konsumen, telkomsel tetap harus berhati-hati dengan perusahaan

operator seluler lainnya dengan berbagai keunggulan yang mereka tawarkan, karena pada saat ini semakin banyak perusahaan operator seluler yang ikut terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan semakin banyaknya perusahaan yang menawarkan produk yang sama, maka konsumen memiliki pilihan produk yang semakin banyak. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan operator seluler khususnya telkomsel untuk tetap mempertahankan keunggulan kompetitifnya dan dapat membaca perubahan-perubahan kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga dapat memberikan kepuasan yang maksimal kepada konsumennya.

Perusahaan yang ingin berhasil harus dapat mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan konsumen mereka terhadap produk yang ditawarkan. Tingkat kepuasan pelanggan menjadi ukuran keberhasilan strategi pemasaran yang diterapkan di perusahaan tersebut. Semakin besar kepuasan pelanggan akan suatu produk maka semakin kuat pula daya tarik yang mengiringi konsumen dalam menggunakan atau memakai produk yang ditawarkan perusahaan. Sehingga dapat meningkatkan penjualan yang pada akhirnya perusahaan dapat memperoleh keuntungan. Untuk itu perusahaan harus dapat mempertahankan konsumen dalam jangka waktu yang panjang, bahkan jika mungkin untuk selamanya. Pelanggan yang loyal mempunyai kecenderungan lebih rendah untuk berpindah merek dan merekomendasikan produk ke orang lain (Kotler dan Armstrong, 2012).

Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh Telkomsel untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan konsumen adalah dengan mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan pemakaian kartu telkomsel seperti citra merek, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, promosi, dan signal/jaringan telepon sebagai langkah perusahaan untuk memasarkan produk mereka. Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pengguna Kartu Telkomsel”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan kartu telkomsel?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan kartu telkomsel?
3. Bagaimana pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan kartu telkomsel?
4. Bagaimana pengaruh signal/jaringan telepon terhadap kepuasan pelanggan kartu telkomsel?
5. Bagaimana pengaruh loyalitas pelanggan terhadap kepuasan pelanggan kartu telkomsel?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan kartu telkomsel.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan kartu telkomsel.
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan kartu telkomsel.
4. Untuk mengetahui pengaruh signal/jaringan telepon terhadap kepuasan pelanggan kartu telkomsel.
5. Untuk mengetahui pengaruh loyalitas pelanggan terhadap kepuasan pelanggan kartu telkomsel.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dilakukan untuk menambah wawasan dan pemahaman mengenai pengaruh kepuasan pelanggan pengguna kartu telkomsel.

2. Bagi Masyarakat

Mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan pengguna kartu telkomsel.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi mahasiswa STIE Malangkececwara Malang. Hasil penelitian ini diharapkan bisa digunakan sebagai bahan referensi bagi mahasiswa lain yang ingin menyusun skripsi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pengguna kartu Telkomsel. Selain itu hasil penelitian ini diharapkan bisa menambah ragam penelitian dibidang manajemen
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk memperluas pengetahuan dan ilmu pemasaran, khususnya manajemen pemasaran.