

# BAB I

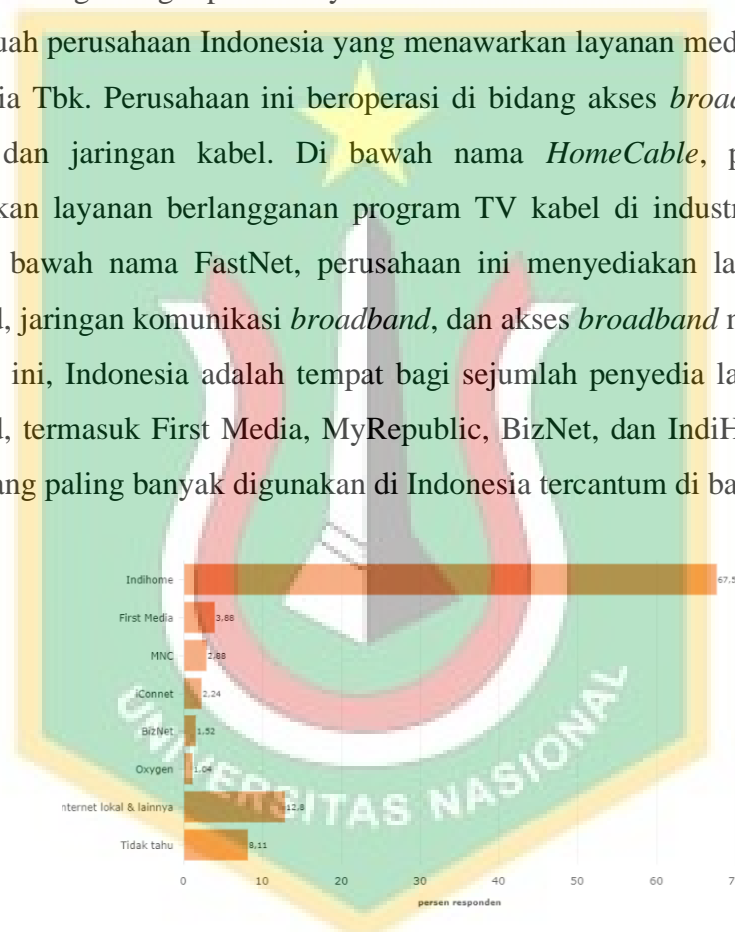
## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Saat ini, Internet tentunya tidak asing lagi bagi semua orang, dan seiring dengan semakin berkembangnya teknologi dan semakin kompleksnya setiap tahunnya, kemungkinan besar perkembangan internet akan terus semakin cepat. Dalam memenuhi kebutuhan penduduk ini, maka dapat menghadirkan peluang sekaligus tantangan bagi operator layanan telekomunikasi

Sebuah perusahaan Indonesia yang menawarkan layanan media bernama PT First Media Tbk. Perusahaan ini beroperasi di bidang akses *broadband*, internet nirkabel, dan jaringan kabel. Di bawah nama *HomeCable*, perusahaan ini menyediakan layanan berlangganan program TV kabel di industri jaringan TV kabel. Di bawah nama *FastNet*, perusahaan ini menyediakan layanan internet *broadband*, jaringan komunikasi *broadband*, dan akses *broadband* nirkabel.

Saat ini, Indonesia adalah tempat bagi sejumlah penyedia layanan Internet *broadband*, termasuk First Media, MyRepublic, BizNet, dan IndiHome. Layanan internet yang paling banyak digunakan di Indonesia tercantum di bawah :



**Gambar 1. 1** Data Pengguna Provider terbanyak di Indonesia

Sumber : Katadata.co.id (diakses pada 31 Oktober 2023)

Berdasarkan data di atas, menghasilkan data yaitu hanya 24,36% responden yang berlangganan koneksi Internet pengguna *fixed broadband*, dan First Media menduduki peringkat kedua penyedia layanan Internet yang paling banyak digunakan. atau bisnis penyedia. Hanya 3,88% responden yang menggunakan First Media. Dilihat dari keadaan tersebut, berarti perusahaan masih tertinggal jauh dari pesaing terbesarnya. Oleh karena itu, First Media harus menghadapi pelanggan

dengan menyediakan produk-produk berkualitas yang dapat memuaskan pelanggannya dan meningkatkan Customer Relationship Management nya , sehingga meningkatkan penjualan dan tentunya menciptakan kesan pelayanan yang berkualitas.

Pelanggan hendak merasa puas bila sesuatu Perusahaan sanggup penuhi segala harapannya, tercantum gagasannya tentang apa yang hendak diterimanya sehabis memakai sesuatu produk ataupun layanan. Tidak hanya itu, kepuasan pelanggan pula jadi tolak ukur sesuatu Perusahaan untuk mengganti, mempertahankan, ataupun dapat tingkatkan di masa depan pada saat pelanggan merasa puas ataupun tidak puas.

Kepuasan pelanggan saat mengidentifikasi serta memilih sebuah produk tidak terlepas dari seberapa berkualitasnya produk yang disediakan Perusahaan. Perusahaan wajib menjaga kepercayaan pelanggan setiap saat dengan cara meningkatkan produk yang berkualitas untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan mengidentifikasi yang dibutuhkan oleh pelanggan secara cerdas sebagai bagian dari usaha perusahaan agar dapat memenuhi harapan dan meningkatkan kepuasan terhadap produk yang ditawarkan. Banyak aspek yang bisa pengaruhi kepuasan pelanggan, antara lain aspek didalam riset ini ialah kualitas produk, *Customer Relationship Management*, serta kualitas layanan.

Bagi yang menginginkan perusahaannya makmur dan memiliki keunggulan kompetitif bisa mampu untuk menyediakan barang berkualitas tinggi. Kualitas memainkan peran penting baik dari sudut pandang pelanggan maupun produsen, karena mereka memprioritaskan pengendalian kualitas untuk tujuan komersial.

Menurut penelitian Afnina & Hastuti (2018) mendapatkan hasil yaitu kualitas produk adanya yang mempengaruhi positif serta signifikan kepa kepuasan pelanggan. Sedangkan Widya Ningsih et al., (2022) melakukan penelitian yang melihat kualitas produk pengaruh negatif serta tidak signifikan kepada kepuasan pelanggan.

Selain menawarkan barang terbaik, bisnis juga perlu mempertimbangkan cara berinteraksi dengan konsumen ataupun biasa disebut *Customer Relationship Management*. Hal tersebut dipergunakan untuk dijadikan strategi yang akurat agar bisa menghasilkan hubungan emosional positif antara pelanggan dan perusahaan,

sehingga tercipta kepuasan pelanggan.

Penggunaan *Customer Relationship Management* dalam bisnis bisa mendukung Perusahaan untuk dapat mengetahui apa saja keinginan dan kebutuhan pelanggan sehingga tercipta hubungan bisnis yang erat dan terbuka, sehingga pelanggan merasa dihargai dan menjadi perhatian perusahaan ketika menemui kesulitan. Dengan cara ini memberikan kepuasan terhadap pelanggan atas pelayanan yang disediakan oleh perusahaan.

Penelitian yang dihasilkan oleh Saputra et al., (2023) menunjukkan bahwa *Customer Relationship Management* bersifat positif. Oleh karena itu indikatornya adanya pengaruh yang signifikan kepada kepuasan pelanggan. Secara tidak langsung, perusahaan memberikan komunikasi secara aktif kepada pelanggan sehingga menunjukkan kepuasan pelanggan. Sedangkan Penelitian yang dihasilkan oleh Sugiarto. Sigit (2021) *Customer Relationship Management* tidak adanya pengaruh positif kepada kepuasan pada pelanggan, Ada kemungkinan bahwa kepuasan pelanggan yang rendah berkorelasi dengan *Customer Relationship Management* yang buruk.

Kepuasan pelanggan juga bisa dipengaruhi oleh kualitas layanan. Perusahaan yang dapat memberikan layanan terbaik kepada pelanggan mereka akan memenangkan hati klien yang bahagia.. Jadi, ketika seorang pelanggan memiliki rasa puas yang diberikan oleh perusahaan, maka besar kemungkinan pelanggan tersebut dapat menyebarkan informasi ke orang lain terkait layanan yang diberikan oleh perusahaan kepada dirinya, sehingga akan membawa pangsa pasar yang lebih besar dan membawa nilai lebih bagi perusahaan untuk menjadi unggul dibandingkan dengan pesaingnya. Dengan demikian, faktor yang terkait dengan kualitas layanan sangat penting untuk memastikan kepuasan pelanggan.

Penelitian yang dihasilkan oleh Rahmawati & Susilowati, (2021), mengatakan hasilnya kualitas pelayanan adanya pengaruh positif kepada kepuasan pelanggan, pada tingkat dapat diterima, sedangkan menurut Syahwi & Pantawis (2021) hasil penelitiannya menunjukkan kualitas pelayanan mempunyai nilai tak signifikan, maka bisa di ambil kesimpulan bahwa tidak adanya pengaruh kualitas layanan kepada kepuasan pelanggan.

**Tabel 1. 1** Hasil Pra Survei Pelanggan First Media

No.	Pertanyaan	Setuju	Tidak Setuju	Rata-Rata
1.	First Media memiliki kualitas produk yang sangat baik	9	13	11
2.	First Media membangun hubungan dengan baik (CRM) dengan seluruh pelanggannya	7	15	11
3.	First Media menyediakan layanan yang terbaik untuk seluruh pelanggannya	5	17	11
4.	First Media memberikan kepuasan kepada seluruh pelanggannya	10	12	11
Rata-rata		7,75	14,25	11

Sumber : Pelanggan First Media di Kota Jakarta Selatan

Berdasarkan hasil pra survei yang menyatakan setuju dengan rata-rata 7,75 sedangkan tidak setuju dengan rata-rata 14,25. Dapat dilihat pada hasil ini bahwa kualitas produk, *customer relationship management* dan kualitas layanan yang dimiliki oleh First Media mendapatkan penilaian yang kurang bagus. Berarti First media memiliki sebuah permasalahan yang dimana beberapa pelanggan masih ada yang merasakan kurang rasa puas terhadap kualitas produk, *customer relationship management* dan kualitas layanan yang diberi oleh First Media

Dengan mempertimbangkan latar belakang tersebut di atas, peneliti ingin menyelidiki pokok bahasan yang diberi judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Customer Relationship Management dan Kualitas layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan First Media di Kota Jakarta Selatan”**

#### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalahnya yaitu :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan First Media di Kota Jakarta Selatan?
2. Apakah *Customer Relationship Management* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan First Media di Kota Jakarta Selatan?
3. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan First Media di Kota Jakarta Selatan?

## C. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian

### 1. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan First Media di Kota Jakarta Selatan.\
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Customer Relationship Management* terhadap kepuasan pelanggan First Media di Kota Jakarta Selatan.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan First Media di Kota Jakarta Selatan.

### 2. Kegunaan Penelitian

#### 1. Bagi Perusahaan

Dapat ditingkatkan dalam memberikan pelayanan, cepat menindaklanjuti permasalahan pelanggan, meningkatkan hubungan baik dengan pelanggan, serta dapat bersaing dengan kualitas produk yang dapat diandalkan sesuai harapan pelanggan untuk mampu menyampaikan bahkan meningkatkan kepuasan pelanggan.

#### 2. Bagi Akademisi

Dalam rangka meningkatkan pengetahuan dan praktik mengenai kualitas produk, *Customer Relationship Management*, dan kualitas layanan yang berhubungan dengan kebahagiaan pelanggan, penulis menggunakan alat ini untuk mempraktikkan ide-ide yang telah mereka pelajari di perkuliahan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membantu penulis menggunakan pengetahuannya dalam manajemen pemasaran dan membantu dalam proses pembelajarannya. Penelitian lebih lanjut mengenai hal ini juga dapat menggunakan temuan penelitian ini sebagai referensi.