

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era globalisasi kala ini, perkembangan ilmu pengetahuan serta teknologi semakin mengalami perkembangan yang sangat pesat. Hal ini teruji sebab tiap individu tidak terlepas dari kedudukannya selaku makhluk sosial. Komunikasi di saat ini sudah berdampak pada persaingan dalam dunia usaha baik di bidang industri ataupun jasa yang tetap berhubungan tidak terbatas dengan orang yang lain. banyaknya industri yang bermunculan dengan menawarkan berbagai berbagai produk yang sama serta sangat bermacam-macam. Telekomunikasi merupakan tata cara pengiriman maupun penyampaian informasi data dari satu tempat ke tempat lain. Dengan telekomunikasi manusia mampu memiliki peluang dalam mendapatkan informasi data pada waktu dan tempat serta isi yang pas.

Berbagai bermacam produk yang telah berkembang memiliki kelebihan serta kekurangan tiap- tiap, sehingga konsumen harus lebih cermat dan hati- hati dalam membenarkan opsi sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Dengan banyaknya operator seluler yang terdapat berusia ini, dan terus jadi meningkat kebutuhan warga terhadap konsumsi ponsel, sampai operator berlomba - lomba buat menggapai sebanyak- banyaknya pelanggan yang dapat dipadati kebutuhannya.

Industri telekomunikasi terus berinovasi dalam tingkatkan kualitas pelayanan baik dan citra merek buat mendapatkan evaluasi maupun kesan yang positif dari golongan warga. Pesatnya perkembangan teknologi komunikasi tidak terlepas didukung oleh layanan internet yang beraneka berbagai maupun bisa dibilang SIM Card (kartu seluler) yang berbasis GSM (*Global System for Mobile Communications*) Operator ini terlihat jelas kalau kartu tersebut memiliki jenis yang berbeda. Sebagai contoh operator GSM antara lain yakni: Simpati, IM3, XL, *Three* serta Kartu As.

Tabel 1. 1
Top Brand Sim Card Prabayar 2020-2021

Nama Brand	TBI 2020	TBI 2021
Simpati	34,6%	36,4%
IM3	14,6%	13,5%
XL	11,5%	10,7%
Tri (3)	11,2%	9,8%
Kartu AS	11,1%	8,8%

Sumber: *topbrand-award.com,2021*

Pada tabel diatas menunjukkan pengguna kartu XL berada di urutan ketiga di bawah produk IM3. Terlihat pula dari tabel data *Top Brand Sim Card Prabayar 2020-2021*, kartu prabayar XL mengalami fluktuasi dengan *persentase* 11,5% di tahun 2020, sedangkan di tahun 2021 mengalami penurunan *persentase* menjadi 10,7%.

Tabel 1. 2
Total Penjualan Kartu Prabayar XL di Rawamangun 2021

Bulan	<i>Sales by item</i>
Agustus	202
September	343
Oktober	220
November	206
Desember	271
Total	1.242

Sumber: *bisnis.com (2021)*

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa terjadi fluktuasi pada penjualan kartu prabayar XL di Rawamangun. Terjadi peningkatan yang signifikan pada bulan September dan terjadi penurunan pada bulan-bulan selanjutnya.

Berarti kualitas produk sangat berakibat pada minat pelanggan untuk memilih produk yang digunakan. Sebagaimana sudah dijabarkan bahwa kualitas produk yang sangat mempengaruhi terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas produk menurut Kotler dan Amstrong (2008:210) adalah kemampuan sebuah produk untuk menampilkan fungsinya dan itu termasuk keseluruhan *performance, reliabilitas, durability, features dan performance*. Untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan sesuai dengan harapan para konsumen maka diperlukan usaha standarisasi kualitas.

Apabila industri mau tetap eksis dalam persaingan, hingga industri harus tingkatkan mutu produknya. Mutu produk sesuatu produk jadi harapan dan keinginan tiap orang terhadap perkembangan yang dirasakan buat tidak menghalangi aktivitasnya. Kemudahan pelanggan buat berbicara dengan mengenakan teknologi yakni sesuatu aspek berarti berhasilnya usaha. Semakin tinggi tingkat kualitas produk yang dialami pelanggan hingga mempengaruhi suatu citra merek produk tersebut.

Citra merek ialah peranan berarti yang membuat perusahaan menguatkan produknya supaya terciptanya citra merek yang positif serta menempel di benak pelanggan. Citra merek menurut Cretu dan Brodie (2005) mengatakan bahwa citra merek dan kualitas produk memiliki hubungan yang positif, sehingga akan meningkatkan nilai pelanggan terhadap suatu perusahaan.

Produk yang mempunyai citra merek baik cenderung lebih diingat oleh konsumen. Salah satunya adalah operator telekomunikasi seluler di Indonesia ialah PT.XL Axiata Tbk dahulu (PT.Excelcomindo Pratama Tbk) beroperasi secara komersil pada tanggal 8 Oktober 1996, XL Axiata menjadi perusahaan seluler swasta pertama di Indonesia. XL Axiata terus berinovasi dan menjadi operator telekomunikasi pertama di Indonesia yang meluncurkan 4.5G. XL memiliki tiga lini produk GSM, yaitu XL atau Axis (prabayar), XL Prioritas (pascabayar), dan *Live On (digital)*. Kantor pusat PT.XL Axiata Tbk terletak XL Axiata Tower JL. H. R. Rasuna Said X5

Kav. 11-12 Kuningan Timur, Setiabudi, Jakarta Selatan 12950 Indonesia. Perusahaan ini pertama kali memperkenalkan pendekatan yang berbeda pada penawarannya melalui produk dan layanan yang sederhana, mudah dipahami dan tarif yang transparan. Harga paket XL *relative* cukup terjangkau seperti paket Xtra Combo, Hotrod, Super Ngebut, Xtra Combo Mini dan ada promo paket internet yang bisa diakses melalui aplikasi my XL.

Sebagai contohnya, kartu perdana XL Xtra Combo 10GB kuota utama, 2GB bonus kuota aplikasi (pilihan Youtube, Instagram, Tiktok, Mobile Legend, Facebook, Netflix, Spotify, PUBG, Viu, JOOX, Free Fire, Vidio), Unlimited Aplikasi Produktif (Whatsapp, Google Maps, Zoom, Hangouts, Google Meet, Google Classroom), Nelpon ke Operator Lain 20 menit, dan Kuota Lokal 3GB, dengan masa aktif 30 hari bisa kamu rasakan dan dapatkan dengan harga Rp59.000. Ada juga kartu perdana XL Hotrod 3GB bisa mengakses semua aplikasi dengan masa aktif 30 hari. Kartu yang satu ini dijual dengan harga Rp60.000 dan yang terakhir ada kartu perdana XL mingguan yang Bernama Xtra Combo Mini dengan kuota 1GB kuota utama, 500MB kuota Youtube, dan 500MB kuota lokal dengan masa aktif 7 hari. Kartu layanan ini dijual dengan harga Rp9.000.

Menurut Schiffman dan Kanuk (2004:186), Persepsi Harga adalah pandangan atau persepsi mengenai harga bagaimana pelanggan memandang harga tertentu (tinggi, rendah, wajar) mempengaruhi pengaruh yang kuat terhadap maksud membeli dan kepuasan membeli. Harga merupakan salah satu faktor penting konsumen untuk memilih dan berlangganan atas sebuah produk.

Namun dengan berbagai fitur paket internet yang diberikan oleh XL tidak menutup kemungkinan pelanggan untuk tidak mempunyai keluhan. Berbagai masalah dan keluhan terjadi khususnya di Jakarta Timur. Keluhan tersebut seperti: sering terjadinya masalah pada layanan produk yang ditawarkan (paket internet maupun telepon dan bonus telepon) habis secara

tiba tiba tanpa adanya notifikasi, akses internet yang tergolong lambat dan lain-lainnya. Insiden ini seperti itu yang sangat berpengaruh pada kepuasan pelanggan, karena masyarakat mengalami hambatan untuk melakukan aktivitas sehari-hari.

Kepuasan pelanggan jadi sangat berarti sebab hendak memberikan keuntungan untuk perusahaan. Selain keuntungan perilaku konsumen akan berubah juga karena telah merasakan sebuah kepuasan menggunakan produk tersebut. XL telah sadar dan mulai merespon keluhan-keluhan para pengguna yang terdapat pada produknya tersebut. Oliver dalam Husein Umar (2003:14) yang 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

Terkait dengan masalah kepuasan pelanggan dimana tidak terlalu banyak masyarakat umum di Jakarta timur yang berlangganan XL jangka Panjang dan pelanggan mulai beralih kepada jasa telekomunikasi atau operator lain yang memberikan kinerja dan pelayanan yang baik dibandingkan dengan XL. Penelitian ini dilakukan untuk penyusunan laporan skripsi ini penulis memberi judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Kartu Prabayar XL terhadap Kepuasan Pelanggan di Jakarta Timur”**.

B. Rumusan Masalah Penelitian

Rumusan masalah yang akan diajukan dalam penelitian ini adalah, sebagai berikut

1. Apakah ada pengaruh terhadap kualitas produk terhadap kartu prabayar XL terhadap kepuasan pelanggan di Jakarta Timur?
2. Apakah ada pengaruh terhadap positif citra merek XL terhadap kepuasan pelanggan di Jakarta Timur?

3. Apakah ada pengaruh terhadap positif persepsi harga XL terhadap kepuasan pelanggan di Jakarta Timur?

C. Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji masalah yang sudah dikaji, sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Jakarta Timur yang menggunakan kartu XL.
2. Menganalisis pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan di Jakarta Timur mengenai XL
3. Menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan di Jakarta Timur mengenai XL.

D. Manfaat Penelitian

Selain tujuan penelitian yang ingin dicapai, manfaat penelitian ini diharapkan berguna bagi peneliti, perusahaan dan peneliti lain. Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini memberikan pengetahuan yang didapatkan selama di bangku kuliah kedalam masalah yang sebenarnya terjadi pada suatu perusahaan dalam bidang pemasaran khususnya tentang pengaruh kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan.

2. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan informasi pengembangan ilmu pengetahuan dan referensi atau perbandingan untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengaruh kualitas produk, citra merek, dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan.

3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan bahan masukan bagi perusahaan untuk meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan kepada konsumen.