

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Kebutuhan dan keinginan masyarakat memiliki pengaruh penting pada jenis produk yang dihasilkan perusahaan. Yang mendukung segalanya keinginan dan kebutuhan masyarakat di zaman sekarang ini di lapangan teknologi. Perkembangan teknologi di era saat ini terus meningkat sangat drastis. Teknologi saat ini memiliki kecanggihan dan kekuatan terus meningkat setiap tahunnya, kecanggihan teknologi semakin meningkat karena inovasi baru yang lebih beragam. Di era saat ini, teknologi semakin berkembang sedang digiatkan adalah teknologi di bidang jasa telekomunikasi. Karena itu, jaringan komunikasi sangat dibutuhkan dalam masyarakat untuk berkomunikasi antara individu

Pada awalnya, komunikasi telepon hanya dapat digunakan untuk mengirim pesan teks dan suara. Namun seiring dengan kemajuan teknologi, teknologi telepon seluler semakin sesuai dengan kebutuhan masyarakat luas yang membutuhkan kemudahan penggunaan dan kemampuan menggunakannya untuk mengambil keputusan dengan cepat.

Perangkat telepon yang ada pada saat ini memudahkan manusia untuk berkomunikasi yang menyebabkan perkembangan di segala bidang termasuk telekomunikasi dalam hal persaingan antar perusahaan telekomunikasi. Perusahaan telekomunikasi yang awalnya hanya menyediakan layanan melalui suara dan pesan teks offline kini menawarkan produk yang mengikuti perkembangan zaman, memungkinkan masyarakat untuk mengakses informasi dan mengirim pesan secara online dan Lebih cepat melalui produk paket data berbasis kuota Internet.

Belakangan ini, masyarakat gencar mencari paket data terbaik dan menjadikannya sebagai kebutuhan sehari-hari yang harus dipenuhi untuk berkomunikasi atau sekedar mengakses berita atau media social. Jumlah pengguna internet di Indonesia akan terus meningkat pada tahun 2022. Berdasarkan hasil kuesioner Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) terdapat 210.03 juta pengguna internet di tanah air pada periode 2021-2022. Jumlah itu meningkat 6,78% periode sebelumnya sebanyak 196,7 juta orang. Hal ini juga yang membuat tingkat penetrasi internet di Indonesia mencapai 77,02%.

PT. Indosat Ooredoo Hutchison atau lebih dikenal dengan PT. Indosat Ooredoo sebagai salah satu perusahaan telekomunikasi yang menyediakan produk paket data di Indonesia. Untuk mewujudkan visi tersebut, Indosat Ooredoo harus mempertimbangkan beberapa hal dalam memasarkan produknya, yaitu seberapa tinggi tingkat kesadaran masyarakat terhadap Indosat.

Dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan, kualitas produk merupakan konsep pemasaran yang selama ini banyak dilaksanakan oleh perusahaan, sehingga kualitas produk menjadi faktor keunggulan daya saing perusahaan. Kepuasan pelanggan dapat ditentukan oleh kualitas produk yang dikehendaki pelanggan, seperti yang dikemukakan oleh Khan dan Ahmed (2012).

Kemampuan *Brand Awareness* memiliki pengaruh Kepuasan Pelanggan. Ketika kesadaran merek pada perusahaan baik tentu saja perusahaan akan merasa diuntungkan (Lengkong 2021) . *Brand Awareness* menurut Durianto (2004) mendefinisikan kesanggupan seorang calon pembeli untuk mengenali, mengingat kembali suatu merk sebagai bagian dari suatu kategori produk tertentu. Strategi harga yang digunakan oleh Indosat Ooredoo juga sangat beragam tergantung dari paket data yang ingin di beli. Harga merupakan elemen terpenting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan jika harga bervariasi, pelanggan dapat beralih ke penyedia layanan lain (Ali Qalati *et al.* 2019).

Pendapat pelanggan tentang harga memiliki peran dalam kepuasan mereka secara keseluruhan. Sebagian besar pembeli saat ini sedang mencari paket data internet dengan kualitas sinyal yang tinggi tapi dengan harga yang relative murah. Konsumen akan merasa senang dengan barang dan jasa yang dibelikan karena biaya rendah dengan kualitas tinggi. (Kotler & Armstrong dalam Wiratama 2012).

Pada era milenial seperti saat ini, Media Sosial adalah media informasi yang selalu digunakan oleh masyarakat. (Laksamana 2018), Hal ini dapat dilihat dari hasil survey dibawah ini :



Sumber: Datareportal.com

### Gambar 1. 1 Data Pengguna Internet dan Media Sosial

Menurut survei yang dilakukan oleh *wearesocial*, pada tahun 2022 akan ada 4,95 miliar pengguna internet dengan 4,62 miliar pengguna media sosial aktif setiap harinya, hal ini menunjukkan bahwa kita sebagai individu tidak bisa lepas dari media sosial, oleh karena itu semua perusahaan memiliki akun. media sosial untuk mendapatkan pasar yang lebih aktif. Tak terkecuali Indosat Ooredoo, dan memiliki media sosial sebagai wadah promosi dan penyampaian informasi.

Dengan semakin lengkapnya informasi yang dikomunikasikan melalui media sosial diharapkan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan untuk layanan paket data Indosat Ooredoo. Kepuasan pelanggan adalah suatu kondisi yang dilihat oleh konsumen ketika mereka memahami bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan dan terpuaskan dengan baik. Tjiptono (2012: 301).

Untuk mengetahui permasalahan ini maka penulis menggunakan pre-test kepada masyarakat Kelurahan Kedaung Tangerang Selatan. Sebagai berikut:

**Tabel 1. 1**  
**Hasil Pre-Test Masyarakat Kedaung Tangerang Selatan**

Indikator	No	Pertanyaan	Jenis Kelamin		Usia				Rata-Rata Keseluruhan
			L	P	20	21	22	23	
Kesesuaian Harapan	1	Produk yang tersedia di Indosat Ooredoo sudah sesuai dengan harapan konsumen	2,8	3	3	3	2,9	2,5	2,9
	2	Saya merasa puas produk dengan harga yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan dan terjangkau bagi konsumen	2,5	3,2	3	2,9	3,3	2	2,9
	3	Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Indosat Ooredoo	2,3	3,2	2,8	3,1	3	1,8	2,7
Minat Berkunjung Kembali	1	Saya ingin mencoba membeli dan menggunakan kembali paket data Indosat Ooredoo yang ditawarkan	2,2	3,3	3,3	2,9	3,3	1,8	2,8
	2	Saya telah mempelajari detail produk dari paket data Indosat Ooredoo, sehingga saya memiliki minat untuk membeli kembali produk tersebut	2,2	2,9	3	2,6	3	2	2,7
Kesediaan Merekomendasikan	1	Saya bersedia merekomendasikan paket data Indosat Ooredoo kepada teman atau saudara	2,2	3,1	3,3	2,7	3	2	2,8
	2	Dengan merasa puas terhadap layanan yang diberikan oleh Indosat, saya selalu merekomendasikan produk Indosat kepada orang lain untuk selalu menggunakan paket data Indosat Ooredoo	2,3	3	2,8	2,7	3,3	2	2,8
Kualitas Layanan yang diberikan	1	Indosat Ooredoo selalu menginformasikan atau menawarkan promo-promo untuk pembelian paket data	2	2,1	2,3	2	2,2	1,8	2,1
<b>Rata - Rata</b>			<b>2,4</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>2,8</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>2,7</b>

Berdasarkan Tabel 1.1 yang diperoleh dari hasil Pre-Test yang dilakukan pada 30 warga Kedaung Tangerang Selatan secara acak, dapat dilihat bahwa hasil

rata-rata total indikator adalah 2,7, dan juga dapat dilihat bahwa skor rata-rata berdasarkan jenis kelamin, terlihat bahwa skor rata-rata wanita lebih tinggi daripada pria. Hal ini menunjukkan bahwa wanita memiliki kepuasan terhadap produk tersebut dibandingkan dengan pria. Rata-rata skor berdasarkan usia masyarakat menunjukkan bahwa masyarakat yang berusia 23 tahun memiliki skor rata-rata terendah. Dapat disimpulkan bahwa kurangnya kepuasan pelanggan di Kelurahan Kedaung Tangerang Selatan yang berusia 23 tahun dibandingkan dengan usia 20, 21, dan 22 tahun.

Berdasarkan pemaparan teori dan data yang telah diuraikan di atas, maka penelitian ini di beri judul **“Pengaruh Kualitas Produk, *Brand Awareness*, Persepsi Harga Dan Media Social Terhadap Kepuasan Pelanggan Paket Data Indosat Ooredoo di Kelurahan Kedaung Tangerang Selatan”**

## **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada paket data Indosat Ooredoo?
2. Apakah *Brand Awareness* berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada paket data Indosat Ooredoo?
3. Apakah Persepsi Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada paket data Indosat Ooredoo?
4. Apakah Media Sosial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada paket data Indosat Ooredoo?

## **C. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini yaitu:

- a.** Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada paket data Indosat Ooredoo
- b.** Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Brand Awareness* terhadap Kepuasan Pelanggan pada paket data Indosat Ooredoo
- c.** Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada paket data Indosat Ooredoo
- d.** Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Media Sosial terhadap Kepuasan Pelanggan pada paket data Indosat Ooredoo

## **2. Kegunaan Penelitian**

### **a. Manfaat Bagi Calon Pembeli**

Penelitian ini diharapkan dapat membantu calon pengguna untuk menentukan pilihan untuk membeli paket data yang sesuai dengan kebutuhannya

### **b. Manfaat Bagi Perusahaan**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen untuk lebih memperhatikan tingkat Kualitas Produk, Brand Awareness, Persepsi Harga, Media Sosial terhadap Kepuasan Pelanggan terhadap produk yang akan ditawarkan dan mengantisipasi krisis, guna mengurangi kerugian perusahaan.

### **c. Manfaat Bagi Penulis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis mengenai Pengaruh Kualitas Produk, Brand Awareness, Persepsi Harga, Media Sosial terhadap Kepuasan Pelanggan khususnya untuk pembelian Paket Data Indosat Ooredoo Di Kelurahan Kedaung Tangerang Selatan.

