

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 4.1. Latar Belakang Penelitian

Di tengah era digitalisasi ini, para pebisnis dihadapkan pada tuntutan yang semakin tinggi untuk mengembangkan strategi yang efektif guna mencapai target volume penjualan. Dengan perkembangan teknologi yang terus berubah, kecepatan dan ketepatan dalam pengambilan tindakan menjadi kunci untuk tetap bersaing. Setiap perusahaan harus mampu mengungguli persaingan dengan menyajikan produk terbaik yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang terus berkembang dan berubah.

Perkembangan zaman yang pesat dan maju juga berdampak pada masyarakat, salah satunya adalah meningkatnya penggunaan berbagai produk ponsel sebagai alat komunikasi. Ponsel tidak lagi dianggap sebagai barang mewah, melainkan menjadi kebutuhan yang sangat penting. Hal ini menyebabkan persaingan bisnis yang sengit di industri layanan komunikasi. Dengan adanya banyak pengguna ponsel, perusahaan-perusahaan telekomunikasi mulai meluncurkan berbagai produk kartu seluler ke pasar. Konsumen memiliki banyak pilihan dari berbagai produk dengan keunggulan masing-masing, sehingga kepuasan konsumen dapat terpenuhi.

Seiring dengan meningkatnya permintaan terhadap ponsel, industri kartu seluler juga mengalami kemajuan. Ponsel tidak dapat berfungsi sebagai alat komunikasi tanpa menggunakan kartu seluler. Selain itu, perkembangan yang pesat dalam hal internet juga mendorong masyarakat untuk bergantung pada ponsel di mana pun mereka berada. Akses internet membutuhkan jaringan seperti kartu seluler. Semakin cepat dan kuat jaringan

tersebut, semakin banyak orang yang mengandalkannya. Hal ini menciptakan peluang besar dalam industri kartu seluler. Di Indonesia, perusahaan-perusahaan kartu seluler mulai bermunculan dan berkembang. Kehadiran berbagai operator kartu seluler menciptakan persaingan pasar yang sengit. Setiap produk berusaha menawarkan keunggulannya kepada masyarakat untuk dapat bersaing di pasar. Operator seluler memainkan peran penting dalam kehidupan masyarakat, karena hampir seluruh penduduk Indonesia menggunakan kartu seluler untuk berkomunikasi dan beraktivitas sehari-hari.

Industri telekomunikasi di Indonesia telah berkembang pesat selama beberapa dekade terakhir, terutama dalam segmen kartu prabayar yang menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Telkomsel, salah satu operator seluler terkemuka di Indonesia, berada dalam persaingan ketat dengan operator lainnya untuk mempertahankan pangsa pasar yang besar. Persaingan ini didasarkan pada dua faktor utama yaitu harga dan kualitas produk. Harga menjadi salah satu faktor penentu dalam keputusan pelanggan. Pelanggan cenderung mencari penawaran terbaik dan harga yang terjangkau. Oleh karena itu, operator seluler, termasuk Telkomsel, seringkali terlibat dalam persaingan harga untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan yang sudah ada. Di sisi lain, kualitas produk dan layanan juga menjadi faktor kunci dalam kepuasan pelanggan. Pelanggan mengharapkan jaringan yang andal, kecepatan akses data yang tinggi, serta beragam fitur dan paket yang memenuhi kebutuhan mereka. Operator seluler yang dapat menyediakan kualitas yang baik akan lebih mungkin mendapatkan pelanggan yang puas. Fenomena persaingan harga dan kualitas produk ini memiliki dampak besar terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan kartu prabayar. Pelanggan di Indonesia memiliki beragam harapan, termasuk akses yang terjangkau dan layanan berkualitas tinggi.

Tabel 1. 1 Daftar Operator Seluler di Indonesia

Operator Seluler	Produk	Teknologi
PT.Sampoerna Telekomunikasi Indonesia(ceria)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Net1 Indonesia</li> </ul>	CDMA
PT.Telekomunikasi Seluler (Telkomsel)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Simpati</li> <li>• Kartu AS</li> <li>• Kartu Halo</li> </ul>	GSM
PT.Bakrie Telkom	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Esia</li> <li>• Wifone</li> <li>• Wimode</li> <li>• Bconnect</li> </ul>	CDMA
PT.Hutchison	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 3</li> </ul>	CDMA - GSM
PT. XL Axiata	<ul style="list-style-type: none"> <li>• XL</li> <li>• Axis</li> </ul>	GSM
PT.Indosat	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mentari</li> <li>• IM3</li> <li>• Matrix</li> </ul>	GSM

Berdasarkan data dalam Tabel 1.1, terlihat bahwa terdapat tujuh perusahaan telekomunikasi di Indonesia, yang mencakup layanan GSM dan CDMA. Hal ini mengindikasikan bahwa persaingan antara perusahaan-perusahaan tersebut akan terjadi, dengan setiap perusahaan berupaya mendominasi pasar melalui produk unggulan yang memiliki kualitas tinggi dan harga yang terjangkau. Agar dapat bersaing dalam industri kartu seluler yang kompetitif, perusahaan-perusahaan harus senantiasa mengikuti perkembangan teknologi dan tren terkini. Inovasi dalam layanan dan penawaran yang menarik menjadi kunci dalam meraih keunggulan kompetitif. Selain itu, pelayanan pelanggan yang responsif juga menjadi faktor krusial dalam menjaga basis pelanggan yang ada. Dalam era digitalisasi yang terus berkembang, pelaku bisnis harus memiliki kemampuan berinovasi, berfokus pada kebutuhan pelanggan, dan mampu mengidentifikasi peluang pasar yang sedang tumbuh. Hal ini merupakan kunci kesuksesan dalam menggapai keunggulan kompetitif di era digital saat ini.

**Tabel 1. 2 Jumlah Pengguna Operator Seluler**

Operator	2018	2019	2020	2021	2022
Telkomsel	157,4	178	163	171,1	170,1
Indosat	80,5	96,4	58	59,3	60,4
Tri	55,5	56,8	17	30,4	38
XL Axiata	46	50,5	54,9	56,7	56,8
Smartfren	12	11	12,27	13,3	26
Jumlah	351,4	392,7	305,17	330,8	351,3

*Sumber: Data diolah, 2023*

Menurut data di atas, jumlah pengguna kartu seluler mengalami fluktuasi dari tahun 2018 hingga September 2022. Telkomsel memiliki jumlah pengguna yang secara signifikan lebih tinggi dibandingkan dengan operator lain. Jumlah pengguna Telkomsel mencapai puncaknya pada tahun 2019 dengan 178 juta pengguna, sementara jumlah terendah tercatat pada tahun 2020 dengan 157,4 juta pengguna. Pada tahun 2020, pengguna Telkomsel mengalami penurunan signifikan menjadi 163 juta pelanggan, tetapi mulai meningkat kembali pada tahun 2021 menjadi 171,1 juta pelanggan. Penerapan kebijakan aktivitas virtual oleh pemerintah memiliki dampak negatif pada jumlah pelanggan Telkomsel di tahun 2022 yang turun menjadi 170,1 juta pelanggan. Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa mayoritas masyarakat Indonesia memilih Telkomsel sebagai provider kartu seluler mereka.

Hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada November 2022 terhadap 7.000 responden menunjukkan bahwa sebanyak 45,1% pengguna internet memilih Telkomsel sebagai operator seluler utama mereka untuk

berinternet melalui ponsel. Di peringkat kedua, Indosat memiliki pangsa sebesar 19,5%, diikuti oleh XL Axiata dengan pangsa 16,9% sebagai operator seluler yang paling banyak digunakan untuk berinternet melalui ponsel. Operator seluler Three menempati peringkat keempat dengan pangsa sebesar 10,8% dari total responden, sedangkan Smartfren berada di peringkat terakhir dengan pangsa sebesar 4,6%.

**Gambar 1. 1 Data operasional Seluler Yang Di Gunakan Untuk Berinternet**



*Sumber: Databoks.co.id*

Persentase tersebut mencerminkan pencapaian tertinggi yang diperoleh oleh Telkomsel. Ini menunjukkan bahwa Telkomsel adalah pilihan utama bagi mayoritas pengguna kartu seluler ketika mereka ingin berinternet. Temuan ini sejalan dengan tren pertumbuhan pengguna kartu seluler di Indonesia dari tahun ke tahun, yang secara konsisten menempatkan Telkomsel sebagai kartu seluler dengan jumlah pengguna terbanyak di Indonesia setiap tahunnya. Ada banyak faktor yang memengaruhi keputusan pelanggan dalam memilih kartu seluler, salah satunya adalah faktor harga. Untuk memberikan gambaran lebih lanjut, berikut adalah tabel perbandingan harga paket internet dari beberapa

provider. Tabel ini akan memberikan informasi lebih rinci tentang perbandingan harga yang dapat membantu pelanggan dalam memilih paket yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

**Tabel 1. 3 Perbandingan Harga Paket Internet**

Telkomsel	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Internet OMG! 17 GB</li> <li>• Internet OMG! 10 GB</li> <li>• Internet OMG! 4.5 GB</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rp. 114.000,-</li> <li>• Rp. 89.000,-</li> <li>• Rp. 39.000,-</li> </ul>
Indosat	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Freedom U 3 GB + 15 GB</li> <li>• Freedom U 2 GB + 7.5 GB</li> <li>• Freedom U 1 GB + 4.5 GB</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rp. 60.000,-</li> <li>• Rp. 40.000,-</li> <li>• Rp. 25.000,-</li> </ul>
XL Axiata	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Xtra Combo Lite 25 GB</li> <li>• Xtra Combo Lite 25 GB</li> <li>• Xtra Combo Lite 25 GB</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rp. 105.000,-</li> <li>• Rp. 68.000,-</li> <li>• Rp. 45.000,-</li> </ul>

*Sumber: Data diolah Peneliti 2023*

Berdasarkan analisis data di atas, terlihat bahwa Telkomsel menawarkan paket internet dengan harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan dua pesaing utamanya. Sebagai contoh, paket internet Telkomsel OMG 17 GB dijual dengan harga Rp.114.000,-, dengan selisih harga sebesar Rp. 54.000,- dibandingkan dengan paket internet Indosat Freedom U 3 GB + 15 GB yang dihargai Rp. 60.000,-. Selain itu, paket internet Telkomsel juga memiliki selisih harga sebesar Rp. 9.000,- dibandingkan dengan paket internet XL Xtra Combo Lite 25 GB, sementara XL Xtra Combo Lite memiliki kuota internet 8 GB lebih banyak daripada paket Telkomsel OMG. Berdasarkan analisis diatas Telkomsel memang menawarkan harga tertinggi untuk pilihan paket internetnya dibandingkan dengan pesaingnya, disisi lain Telkomsel selalu mempunyai pelanggan yang telah menggunakan kartu selulernya selama jangka waktu yang panjang, bahkan bertahun-tahun. Hal tersebut mungkin karena Telkomsel menyediakan jaringan yang sangat andal dan berkualitas tinggi

yang memungkinkan pelanggan untuk mengakses internet dengan cepat dan stabil, banyak pelanggan mungkin merasa puas meskipun harga paket internetnya tinggi, namun tidak sedikit juga yang mengeluhkan kualitas jaringan yang buruk terutama di daerah tertentu seperti dipelosok. Kualitas jaringan yang baik dapat menjadi faktor utama dalam menjaga kepuasan pelanggan.

Menurut Tjiptono (2020:256), dalam sudut pandang pemasaran, harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan untuk memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Tingkat harga yang telah ditetapkan akan mempengaruhi kuantitas barang atau jasa yang akan terjual. Harga yang telah disepakati pasar akan mempengaruhi jumlah barang atau jasa yang dibeli masyarakat dan kualitas seperti apa yang akan diberikan oleh produsen.

Menurut (Astuti Miguna dan matondang Nurhafifah, 2020), kualitas produk adalah segala sesuatu yang dapat kita tawarkan oleh produsen yang untuk diperhatikan, dapat digunakan, dibeli dan juga dapat dikonsumsi oleh konsumen maupun produsen sesuai dengan kebutuhan konsumen tertentu. Menurut (Ely, 2021:172), kualitas produk merupakan sebuah totalitas yang memiliki karakteristik produk atau jasa dapat memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang akan dinyatakan implisit. Berikut merupakan gambar data penghargaan pengalaman seluler di Indonesia terkait kualitas produk:

**Gambar 1. 2 Data Penghargaan Pengalaman Seluler Indonesia, Juli 2021**

Penghargaan Pengalaman Seluler, Indonesia					
OPENSIGNAL July 2020, Indonesia Report	Indosat	XL	Smartfren	Telkomsel	3
Pengalaman Video				WINNER	
Pengalaman Game Seluler					WINNER
Pengalaman Aplikasi Suara				WINNER	
Pengalaman Kecepatan Pengunduhan				WINNER	
Pengalaman Kecepatan Pengunggahan				WINNER	
Ketersediaan 4G			WINNER		
Pengalaman Cakupan 4G				WINNER	

Berdasarkan informasi yang tergambar di atas, hasil analisis yang dilakukan oleh Opensignal pada penghargaan pengalaman seluler konsumen di Indonesia hingga Juli 2021 menunjukkan bahwa Telkomsel berhasil menduduki peringkat teratas dalam lima dari tujuh penghargaan yang ada. Telkomsel meraih penghargaan untuk pengalaman video terbaik, pengalaman aplikasi suara terbaik, pengalaman kecepatan pengunduhan terbaik, serta pengalaman cakupan jaringan 4G terbaik di Indonesia. Sementara itu, operator seluler Three berhasil menduduki peringkat teratas dalam penghargaan pengalaman game seluler terbaik, sementara operator Smartfren berhasil menjadi yang terbaik dalam hal ketersediaan jaringan 4G. Di sisi lain, operator seluler Indosat Ooredoo dan XL Axiata tidak berhasil meraih peringkat teratas dalam ketujuh penghargaan pengalaman seluler tersebut. Namun, hasil survei berikutnya mungkin akan memberikan hasil yang berbeda.

**Gambar 1. 3 Data Penghargaan Pengalaman Seluler Indonesia, Desember 2022**

Penghargaan Pengalaman Seluler, Indonesia					
OPENSIGNAL	Indosat	XL	Smartfren	Telkomsel	3
Pengalaman Video				WINNER	
Pengalaman Game Seluler					WINNER
Pengalaman Aplikasi Suara					WINNER
Pengalaman Kecepatan Pengunduhan				WINNER	
Pengalaman Kecepatan Pengunggahan				WINNER	
Ketersediaan 4G			WINNER		
Pengalaman Cakupan 4G				WINNER	

Berdasarkan hasil survei Opensignal hingga Desember 2022, terlihat bahwa Telkomsel mengalami penurunan kualitas produk. Pada penghargaan pengalaman seluler Desember 2022, Telkomsel kalah dalam pengalaman pengguna terkait aplikasi suara, yang sebelumnya dimenangkannya pada survei sebelumnya. Pada survei terbaru ini, provider Three berhasil meraih penghargaan tersebut. Selain itu, Telkomsel juga belum mampu memenangkan penghargaan pengalaman seluler terkait ketersediaan jaringan 4G, serta pengalaman pengguna dalam bermain game seluler. Namun, secara keseluruhan, Telkomsel masih berhasil mempertahankan posisinya sebagai provider teratas dalam penghargaan pengalaman seluler, meraih peringkat teratas dalam empat dari tujuh penghargaan yang ada. Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk meningkatkan kualitas produk Telkomsel guna menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain beberapa fenomena diatas, seperti yang kita ketahui Telkomsel memiliki jaringan yang meliputi seluruh wilayah negara ini. Namun, meskipun cakupan jaringannya luas, tidak selalu diikuti dengan kualitas jaringan yang baik. Hal ini tercermin dari pengalaman pelanggan yang sering mengalami sambungan yang tiba-tiba terputus, seperti yang telah dikeluhkan oleh beberapa pengguna Telkomsel dalam cuitan mereka di aplikasi Twitter

## Gambar 1. 4 Keluhan Pelanggan



Fenomena ini mengindikasikan bahwa tidak semua pelanggan Telkomsel merasa puas dengan layanan atau Kualitas Produk yang diberikan oleh perusahaan. Ketidakpuasan ini dapat berdampak pada kenyamanan pelanggan dalam berkomunikasi dan menyebabkan sebagian pelanggan memutuskan untuk beralih ke operator lain. Banyak kasus di mana harga yang ditawarkan oleh Telkomsel tidak memenuhi harapan pelanggan, yang akhirnya mengakibatkan pelanggan beralih menggunakan operator lain.

Menurut Kotler dan Keller (2016 : 153), “Satisfaction is a person’s feelings of pleasure or disappointment that result from comparing a product or service’s perceived performance (or outcome) to expectations.” Terjemahannya, kepuasan adalah perasaan senang atau

kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan kinerja (atau hasil) produk atau jasa yang dirasakan dengan harapan. Menurut Tjiptono (2019:76), kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai perbandingan antara harapan atau ekspektasi sebelum pembelian dan persepsi terhadap kinerja setelah pembelian.

Di lingkungan SMP Negeri 27 Bandung, mayoritas siswa telah memiliki ponsel dengan koneksi internet. Banyak dari mereka menggunakan kartu prabayar Telkomsel. Berdasarkan observasi yang penulis lakukan, alasan siswa memilih kartu prabayar adalah karena praktis dan sederhana. Mereka tidak perlu repot membayar tagihan setelah menggunakan layanan, dan biayanya lebih hemat dibandingkan dengan kartu pasca bayar. Namun, dari beberapa pengalaman siswa yang menggunakan kartu prabayar Telkomsel, terdapat beberapa keluhan yang perlu mendapatkan perhatian dari pihak Telkomsel. Meskipun Telkomsel memiliki jaringan sinyal yang luas sampai ke pelosok, kualitas sinyal yang diberikan masih belum merata. Terdapat masalah seperti sering terputusnya jaringan, tarif yang relatif lebih mahal dibandingkan dengan operator lain, pengalaman bermain game yang buruk contohnya seperti ping merah saat bermain game, serta harga paket yang menerapkan algoritma. Masalah-masalah tersebut tentu berdampak pada kenyamanan pelanggan, dalam mengatasi hal ini, Telkomsel sebaiknya meningkatkan kualitas jaringan agar lebih baik. Dengan demikian, konsumen pengguna Telkomsel dapat merasa puas dan menjadi pelanggan yang setia.

Berdasarkan latar belakang diatas untuk menggambarkan bagaimana harga, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan kartu prabayar Telkomsel pada siswa kelas VIII SMPN 27 Bandung, maka dilakukan kuesioner Pra Survey sementara yang dibagikan secara *online*

terhadap 30 responden (Siswa Kelas VIII SMPN 27 Bandung). Hasil penyebaran kuesioner sementara dapat dilihat pada tabel 1.1.

**Tabel 1. 4 Hasil kuesioner Pra Survey mengenai Harga Kartu Prabayar Telkomsel pada Siswa SMPN 27 Bandung**

No	Pernyataan	Jawaban				Total Responden
		Ya		Tidak		
		F	%	F	%	
1.	Harga kartu perdana pra bayar Telkomsel Terjangkau?	12	40%	18	60%	30
2.	Harga Paket Internet Telkomsel lebih murah dibandingkan operator lain?	12	40%	18	60%	30
3.	Harga (tarif) pulsa yang dibayarkan oleh konsumen sesuai dengan fitur yang diberikan	13	43,3%	17	56,7%	30
4.	Harga (tarif) pulsa dalam melakukan panggilan lebih murah dibanding dengan operator lain	11	36,7%	19	63,3%	30
5.	Harga (tarif) sms yang ditawarkan lebih murah dibanding dengan operator lain	14	46,7%	16	53,3%	30
	<b>Rata Rata</b>		<b>41,34%</b>		<b>58,66%</b>	

Sumber: Kuesioner Pra Survey Peneliti (2023)

Berdasarkan pra survey diatas, dapat dijelaskan bahwa Harga tarif pulsa dalam melakukan panggilan masih kurang terjangkau, ditunjukkan dari poin nomor 4 rata rata persentase responden yang menjawab **Tidak** sebesar 63,33%.

Selain harga, yang menjadi pengaruh dari kepuasan pelanggan adalah kualitas produk. Apabila kualitas produk memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan, mereka akan merasa puas dengan pembelian mereka. Sebaliknya, jika kualitas produk tidak memenuhi

harapan atau tidak sesuai dengan yang dijanjikan, pelanggan mungkin merasa kecewa dan tidak puas.

Oleh karena itu, penting bagi Perusahaan seperti Telkomsel untuk memperhatikan dan meningkatkan kualitas produk mereka agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan.

**Tabel 1. 5 Hasil kuesioner Pra Survey mengenai Kualitas Produk Kartu Prabayar Telkomsel pada Siswa SMPN 27 Bandung**

No	Pernyataan	Jawaban				Total Responden
		Ya		Tidak		
		F	%	F	%	
1.	Konsumen merasakan kestabilan jaringan internet selama pemakaian	14	46,7%	16	53,3%	30
2.	Konsumen merasa pengurangan pulsa yang tidak dijelaskan atau tanpa pemberitahuan sebelumnya saat menggunakan kartu pra bayar Telkomsel merupakan kebijakan yang baik	12	40%	18	60%	30
3.	konsumen dapat mengakses jaringan internet hingga ke daerah pelosok	10	33,3%	20	66,7%	30
4.	Kualitas suara saat melakukan panggilan dapat dirasakan dengan baik	12	40%	18	60%	30
5.	Konsumen merasakan pengalaman bermain game dengan kartu pra bayar Telkomsel baik dalam memberikan ping yang konsisten dan stabil?	7	23,3%	23	76,7%	30
6.	Kualitas SIM CARD kartu pra bayar Telkomsel dapat bertahan lama	12	40%	18	60%	30
7.	konsumen merasakan kelengkapan fitur yang diberikan oleh Telkomsel seperti aplikasi MyTelkomsel bekerja dengan baik	10	33,3%	20	66,7%	30

	<b>Rata Rata</b>		<b>36,65%</b>		<b>63,34%</b>	'
--	------------------	--	---------------	--	---------------	---

**Sumber: Kuesioner Pra Survey Peneliti (2023)**

Berdasarkan pra survey diatas, dapat dijelaskan bahwa Kualitas Produk Kartu Prabayar Telkomsel berupa pengalaman bermain game masih kurang baik dan perlu ditingkatkan. Ditunjukkan dari poin nomor 5 besarnya jumlah persentase rata rata responden yang menjawab **Tidak** sebesar 63,34%

Kualitas produk juga berhubungan dengan pengalaman pengguna yang baik. Jika penggunaan produk mudah, intuitif, dan tidak menyebabkan kesulitan atau frustrasi bagi pelanggan, mereka akan merasa puas. Pada kartu pra bayar Telkomsel, jika pelanggan dapat dengan mudah mengaktifkan kartu, melakukan pengisian pulsa, sinyal yang cepat dan stabil, hal ini akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

**Tabel 1. 6 Hasil kuesioner Pra Survey mengenai Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel pada Siswa SMPN 27 Bandung**

No	Pernyataan	Jawaban				Total Responden
		Ya		Tidak		
		F	%	F	%	
1.	Saya puas dengan seluruh harga produk Telkomsel simpati mulai dari kartu perdana, pulsa, kuota dan fitur entertainment lainnya	10	33,3%	20	66,7%	30
2.	Saya merasa kartu pra bayar Telkomsel simpati terus konsisten dengan kualitas nya	13	43,3%	17	56,7%	30
3.	Saya merasa kartu pra bayar Telkomsel simpati memiliki kualitas yang baik secara menyeluruh	10	33,3%	20	66,7%	30
4.	Saya puas dengan Fitur yang diberikan oleh kartu pra bayar Telkomsel	11	36,7%	19	63,3%	30

	<b>Rata Rata</b>		<b>36,65%</b>		<b>63,35%</b>
--	------------------	--	---------------	--	---------------

**Sumber: Kuesioner Pra Survey Peneliti (2023)**

Berdasarkan pra survey diatas, menjelaskan masih rendahnya kepuasan pelanggan akan harga dan kualitas produk Kartu Prabayar Telkomsel , ditunjukkan dari besarnya jumlah rata rata persentase responden yang menjawab **Tidak** pada poin nomor 1 dan 3 sebesar 66,7%. Hal ini membuktikan bahwa adanya ketidakpuasan pelanggan yang cukup tinggi di kartu prabayar Telkomsel dilihat dari harga dan kualitas produk yang dinilai kurang baik dari kartu prabayar Telkomsel. Harga dan kualitas produk saling berinteraksi untuk memengaruhi kepuasan pelanggan. Pelanggan mengharapkan harga yang wajar sesuai dengan kualitas yang diberikan. Jika harga dan kualitas produk memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan, mereka akan merasa puas dan cenderung loyal terhadap merek atau perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, terdapat permasalahan yang terjadi di kartu prabayar Telkomsel. Penulis akan melakukan penelitian mengenai sejauh mana harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di kartu prabayar Telkomsel , maka dari itu penulis mengambil judul **“PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KARTU PRABAYAR TELKOMSEL DI SMPN 27 KOTA BANDUNG (STUDI KASUS PADA SISWA KELAS VIII SMPN 27 KOTA BANDUNG)”**.

#### 4.1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka penulis dapat mengidentifikasi permasalahan yaitu :

1. Harga Internet Telkomsel yang relatif lebih tinggi dibanding operator lain.
2. Berdasarkan hasil survei Opensignal hingga Desember 2022, Telkomsel mengalami penurunan kualitas produk dibandingkan tahun sebelumnya, diantaranya seperti ketersediaan jaringan 4G, serta pengalaman pengguna dalam bermain game seluler.
3. Adanya keluhan mengenai jaringan sinyal yang buruk, pemotongan pulsa secara tiba tiba dan aplikasi MyTelkomsel yang sering error atau tidak bisa dibuka.
4. Hasil pra survey Harga terhadap 30 responden pada Siswa kelas VIII SMPN 27 Kota Bandung, mendapatkan respon bahwa Harga tarif pulsa dalam melakukan panggilan masih kurang terjangkau.
5. Hasil pra survey Kualitas Produk terhadap 30 responden pada Siswa kelas VIII SMPN 27 Kota Bandung, mendapatkan respon bahwa Kualitas Produk Kartu Prabayar Telkomsel berupa pengalaman bermain game masih kurang baik dan perlu ditingkatkan.
6. Hasil pra survey Kepuasan Pelanggan terhadap 30 responden pada Siswa kelas VIII SMPN 27 Kota Bandung, mendapatkan respon bahwa rata rata responden tidak puas dengan Harga dan Kualitas Produk yang diberikan Telkomsel

#### 4.1. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah diperlukan untuk menjaga agar penulisan skripsi ini tetap sesuai dengan tujuan penelitian yang telah direncanakan. Skripsi ini akan membahas isu-isu yang telah diuraikan secara ringkas dalam latar belakang di atas, yaitu:

### **1. Fokus pada pelanggan kartu prabayar Telkomsel:**

. Penelitian ini akan membatasi diri pada Siswa kelas VIII pengguna kartu prabayar Telkomsel DI SMPN 27 Kota Bandung sebagai target pelanggan yang mempengaruhi kepuasan mereka terhadap harga dan kualitas produk. Faktor-faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di luar lingkup kartu prabayar Telkomsel tidak akan dibahas secara mendalam.

### **2. Keterbatasan Geografis:**

Penelitian ini akan berfokus pada pengaruh harga dan kualitas produk kartu prabayar Telkomsel terhadap kepuasan pelanggan di lingkungan SMPN 27 Bandung. Faktor-faktor yang mempengaruhi pelanggan di daerah lain mungkin berbeda dan tidak akan dipertimbangkan secara rinci.

### **3. Waktu:**

Penelitian ini akan mempertimbangkan kondisi dan data terbaru hingga tahun 2023. Perubahan harga, kebijakan, atau kualitas produk yang terjadi setelah tahun tersebut mungkin tidak akan diikutsertakan dalam analisis.

### **4. Faktor Ekonomi:**

Meskipun harga adalah salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, penelitian ini tidak akan membahas faktor ekonomi seperti pendapatan pelanggan atau daya beli yang mungkin mempengaruhi persepsi harga. Fokus akan diberikan pada persepsi harga yang didasarkan pada perbandingan dengan pesaing dan harapan pelanggan terhadap nilai yang diberikan.

#### **4.1. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian yang dituangkan dalam pertanyaan adalah:

1. Bagaimana Harga, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel pada siswa kelas VIII SMPN 27 Bandung?
2. Seberapa besar pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel pada siswa kelas VIII SMPN 27 Bandung?
3. Seberapa besar pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel pada siswa kelas VIII SMPN 27 Bandung?
4. Seberapa besar pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel pada siswa kelas VIII SMPN 27 Bandung?

#### **4.1. Maksud dan Tujuan Penelitian**

##### **1.5.1 Maksud Penelitian**

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengungkapkan pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel pada siswa kelas VIII SMPN 27 Bandung, yang hasilnya dituangkan dalam bentuk skripsi yang merupakan salah satu syarat kelulusan dalam mencapai gelar sarjana Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.

### 1.5.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang dicapai dalam penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisis Harga, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan kartu prabayar Telkomsel pada siswa kelas VIII SMPN 27 Bandung.
2. Mengukur pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan kartu prabayar Telkomsel pada siswa kelas VIII SMPN 27 Bandung.
3. Mengukur pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan kartu prabayar Telkomsel pada siswa kelas VIII SMPN 27 Bandung.
4. Mengukur pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan kartu prabayar Telkomsel pada siswa kelas VIII SMPN 27 Bandung

### 4.1. Kegunaan Penelitian

Diharapkan penelitian dapat berguna untuk berbagai pihak, baik sebagai kegunaan praktis dan teoritis. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

#### 1.6.1 Kegunaan Teoritis

Berdasarkan Maksud dan Tujuan di atas, penelitian ini bisa menjadi referensi untuk meningkatkan pemahaman dan juga menjadi pertimbangan bagi penelitian yang serupa. Selain itu, penelitian ini juga dapat digunakan sebagai perbandingan bagi mereka yang berencana menggunakan kartu prabayar Telkomsel, serta untuk menilai sejauh mana harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

## 1.6.2 Kegunaan Praktis

### a) Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan dapat bermanfaat serta menjadi bahan pertimbangan bagi Telkomsel dengan membantu mereka memahami lebih baik pelanggan mereka, meningkatkan kualitas produk mereka, memahami pasar mereka, dan mengoptimalkan kepuasan pelanggan. Manfaat ini dapat berdampak positif pada pertumbuhan perusahaan dan profitabilitas jangka panjang.

### b) Bagi Akademis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi para pembaca yang tertarik dalam kajian ilmu, terutama yang berhubungan dengan aspek manajemen pemasaran.

### c) Bagi Peneliti

Hasil penelitian dapat meningkatkan pemahaman dan membantu peneliti untuk memahami lebih dalam tentang hubungan antara harga, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan. Ini berkontribusi pada pengembangan pengetahuan peneliti dalam bidang manajemen dan pemasaran.

## 4.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

### 1.7.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di SMPN 27 Bandung yang beralamat di Jl. Yudhawastu Pramuka I, RT.01/RW.13, Cicadas, Kec. Cibeunying Kidul, Kota Bandung, Jawa Barat 40121.

### 1.7.2 Waktu Penelitian

**Tabel 1. 7 Waktu Penelitian**

No	Kegiatan	Bulan Penelitian						
		Juni 2023	Juli 2023	Agustu2023	September 2023	Januari 2024	Februari 2024	Maret 2024
1	Penyerahan Surat Izin Penelitian							
2	Penyusunan BAB I							
3	Penyusunan BAB II							
4	Penyusunan BAB III							
5	Daftar Sidang Usulan Penelitian							
6	Sidang Usulan Penelitian							
7	Penyusunan BAB IV							
8	Penyusunan BAB V							
9	Sidang Akhir							

**Sumber: Peneliti (2024)**

