

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Era yang semakin modrn membawa masyarakat memasuki dunia yang lebih cepat dan instan. Aktivitas sehari-hari yang di lakukan manusia akan lebih efektif dengan menggunakan teknoligi yang cangih. Salah satu teknologi yang di manfaatkan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari adalah international network atau internet. Kebutuhan internet menjadi kebutuhan penting bagi masyarakat untuk dapat mengakses informasi dengan mudah dan juga sebagai alat komunikasi antar manusia. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut maka masyarakat menginginkan layanan akses internet yang cepat dan tanpa hambatan (suriyani, 2017). Hal tersebut dikarenakan dengan layanan internet, maka masyarakat dapat menjelajahi dunia maya untuk mencari informasi yang dibutuhkan ataupun mengakses layanan media sosial pada saat ini tengah digemari di kalangan masyarakat sebagai sarana komunikasi.

PT.Telkomsel merupakan sebuah operator telekomunikasi seluler terbesar di Indonesia. Dengan pencapaian 178 juta pelanggan hingga november 2017 yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Telkomsel juga terus mengembangkan bisnis digital, diantaranya digital advertising, digital lifestyle, mobile financial services, dan internet of things. Telkomsel memiliki tujuan untuk menginspirasi masyarakat dengan menmanfaatkan teknologi tersepan, produk dan layanan yang kompetitif, serta solusi inovatif (telkomsel.com).Saat ini telkomsel memiliki 4 produk seluler yaitu kartu halo, simpati, as, dan loop. Untuk menarik minat

konsumen dan mempertahankan pelanggan, telkomsel khususnya kartu simpati memberikan berbagai pilihan paket murah untuk telepon, sms, dan internet.

Selain itu, telkomsel juga mempunyai layanan telkomsel poin yang merupakan program loyalitas pelanggan yang ditujukan untuk seluruh pengguna kartu simpati telkomsel. Program telkomsel poin bertujuan untuk memberikan penghargaan kepada para pelanggan kartu simpati telkomsel yang telah setia menggunakan produk dan layanan telkomsel.

Menurut Kotler dan Keller (2016:47), promosi merupakan aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya. Promosi adalah segala bentuk komunikasi yang digunakan untuk menginformasikan (to inform). Dan mengingatkan (to remind) pasar sasaran tentang produk yang dihasilkan organisasi, individu ataupun rumah tangga. Salah satu produk atau layanan yang ditawarkan telkomsel adalah telkomsel flash. Telkomsel flash merupakan layanan internet tanpa kabel (wireless) yang disediakan telkomsel untuk seluruh pelanggannya.

Sebenarnya Loop punya banyak pilihan paket internet yang terbilang unik. Namun, di Traveloka pilihan paket Telkomsel Loop lebih sederhana dan pasti (sehingga Anda tidak usah pusing membandingkan saat akan membeli paket internet Loop). operator prabayar (Simpati, Kartu As, dan Loop). Tarif setiap paket yang ditawarkan cukup kompetitif, namun besaran kuota tetap merujuk pada masing-masing zona area Telkomsel.

Tabel 1.1

## Daftar Paket Internet Telkomsel Terbaru 2021

No	Nama paket	Jenis Paket	Hari	Harga
1	Paket Internetmax	Internetmax 2 Gb	1 hari	Rp 12.000
		Internetmax 6 Gb	3 hari	Rp 25.000
		Internetmax 9 Gb	6 hari	Rp 35.000
2	Paket Unlimitetmax	Unlimitedmax 35 Gb	30hari	Rp 75.000
		Unlimitedmax 51 Gb	30 hari	Rp 105.000
		Unlimitedmax 70 Gb	30 hari	Rp 125.000
3	Paket Combo Sakti	Combo Sakti Unlimited 23 Gb	30 hari	Rp 57.000
		Combo Sakti Unlimited 32 Gb	30 hari	Rp 74.000
		Combo Sakti Unlimited 45 Gb	30 hari	Rp 100.000
4	Paket Prabayar Omg	Omg Nonton 20 Gb	30 hari	Rp 106.000
		Omg Nonton 35 Gb	30 hari	Rp 166.000
		Omg Nonton 65 Gb	30 hari	Rp 216.000
		Omg Chat 5 Gb	30 hari	Rp 45.000
		Omg Sosmed 9 Gb	30 hari	Rp 67.000
		Omg Sosmed 15 Gb	30 hari	Rp 94.000
5	Kuota Ketengan Utama(Internet)	Ketengan Utama 500 Mb	1 hari	Rp 32.000
		Ketengan Utama 5 Gb	1 hari	Rp 14.200
		Ketengan Utama 3 Gb	1 hari	Rp 13.000
		Ketengan Utama 500 Mb	3 hari	Rp 10.200
		Ketengan Utama 20 Gb	3 hari	Rp 49.200
		Ketengan Utama 1 Gb	3 hari	Rp 16.000
		Ketengan Utama 2 Gb	3 hari	Rp 22.000
		Ketengan Utama 3 Gb	3 hari	Rp 27.000
		Ketengan Utama 7 Gb	3 hari	Rp 37.000
		Ketengen Utama 15 Gb	3 hari	Rp 47.000
		Ketengan Utama 35 Gb	7 hari	Rp 67.200

Sumber: PT.Telkomsel

Berdasarkan daftar harga internet telkomsel di atas menunjukkan bahwa pada tahun 2021 bulan November harga tertinggi berada pada paket prabayar Omg dengan Omg nonton 65 GB / 30 hari dengan harga Rp 216.000 dan harga

paket paling terendah adalah paket internetmax dengan kouta internetmax 2 GB / 1 hari dengan harga Rp 12.000.

Menurut Howard dan Sheth dalam Fandy Tjiptono (2014: p.353) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan adalah situasi kognitif pembelian berkenaan dengan kesepadanan atau ketidak sepadanan antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan. menurut Kotler dan Keller dalam Donni Juni Priansah (2017: p.196) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Untuk menciptakan kepuasan pelanggan diperlukan beberapa faktor, salah satunya adalah kualitas pelayanan. Kasmir, (2017:64) berpendapat bahwa kualitas pelayanan adalah kemampuan dari suatu perusahaan dalam hal memberikan pelayanan yang memberikan dampak langsung terhadap kepuasan kepada pelanggan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

Perusahaan berusaha memberikan kualitas pelayanan yang sesuai dengan di harapkan pengguna merupakan konsep terpenting dalam menarik minat pengguna. menurut Kotler dan Keller (2016;156), kualitas layanan adalah totalitas fitur dan karakter suatu produk atau pelayanan yang memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan di presepsikan baik dan memuaskan.

Persaingan didunia bisnis yang semakin lama kian menarik dan PT.Telkomsel selalu menawarkan produk dengan kualitas layanan yang baik

dengan harga murah dikalangan mahasiswa UKAWKupang (NTT). Kupang (NTT) merupakan kota berpendidikan dimana kita banyak temukan berbagai kalangan konsumen yang membeli paket internet telkomsel. Pembelian kartu simpati internet Telkomsel menjadi salah satu solusi mahasiswa Ukaw Kupang. Alasan pemilihan kartu simpati telkomsel pun bermacam-macam alasan utamanya adalah jagkauan jaringan telkomsel yang mampu menjagkau tempat tinggal serta sinyal telkomsel yang cepat dan lancar di banding provider yang lain. Selain itu, jumlah kuota yang dapatkan dengan harga yang sama dengan provider lain lebih sedikit. Walaupun begitu kartu simpati paket internet telkomsel memiliki kualitas layanan internet telkomsel yang bagus dan menjagkau banyak wilayah.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu Cahyo Budi Laksono dan Nyoaman Suartha (2017) dalam jurnal judul “Pengaruh harga, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian paket data internet telkomsel (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Ngurah Rai, Denpasar) menunjukkan bahwa perlu ditingkatkannya teknik promosi periklanan, penjualan personal, promosi penjualan dan pemasaran langsung sehingga konsumen bisa mengenal lebih luas mengenai produk paket data internet telkomsel serta upaya komunikasi intensif agar lebih ditingkatkan untuk mendekati mitra usaha agar produk-produk paket data internet telkomsel lebih dikenal oleh masyarakat.

dan Wardatul Insyroh dan Trias Setyowati (2018) dalam jurnal judul “Determinan Kualitas Pelayanan, Harga Dan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Telkomsel Flash Di Bondowoso” menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan

pelanggan, sehingga perusahaan diharapkan mampu mempertahankan dan meningkatkan faktor kehandalan, jaminan, dan sikap ramah dan daya tanggap yang di setujui pengguna sebagai faktor yang memiliki kualitas pelayanan tersebut untuk menciptakan kepuasan pelanggan, variable independen yang meliputi kualitas pelayanan, ketersediaan fasilitas, dan kemudahan birokrasi dianggap konstan maka besarnya nilai adalah sebesar 0,596. Koefisien regresi variable kualitas pelayanan bernilai positif sebesar 0,264, yang berarti bahwa peningkatan kualitas layanan sebesar satu satuan akan terjadi peningkatan kepuasan mahasiswa sebesar 0,264 dengan asumsi variable bebas lainnya konstan, begitupula dengan nilai variabel harga dan produk yang bernilai positif sebesar 0,196 dan 0,395 pada masing-masing variabel.

Oleh karena itu untuk memperkuat penelitian terdahulu di karenakan kurangnya promosi serta kualitas layanan seperti kepekaan, jaminan, dan kehandalan, maka peneliti melakukan penelitian pada mahasiswa ukaw karena terdapat banyak mahasiswa yang menggunakan kartu simpati telkomsel sehingga saya tertarik untuk meneliti dan mencari tahu periklanan dan kualitas layanan terhadap kepuasana pelanggan pengguna kartu simpati paket internet telkomsel.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **Pengaruh Periklanan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Paket Internet Telkomsel Pada Mahasiswa Ukaw Di Masa Pandemi Covid 19**”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Pengaruh Periklanan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Paket Internet Telkomsel Pada Mahasiswa Ukaw Di Masa Pandemi Covid 19.

### **1.3 Persoalan Penelitian**

- 1) Apakah periklanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan paket internet telkomsel pada mahasiswa Ukaw di masa pandemi Covid 19?
- 2) Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan paket internet pada mahasiswa Ukaw di masa pandemi Covid 19?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

#### **1.4.1 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui periklanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan paket internet telkomsel pada mahasiswa ukaw di masa pandemic covid 19.
2. Untuk mengetahui kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan paket internet telkomsel pada mahasiswa ukaw di masa pandemic covid 19.

#### **1.4.2 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### **1.4.2.1 Manfaat akademik**

- a. Bagi akademik, Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dan memberikan informasi yang berkaitan tentang pengaruh

periklanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan paket internet telkomsel pada mahasiswa ukaw di masa pandemi covid 19.

- b. Bagi pembaca secara umum, hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi tambahan informasi dan wawasan tentang pengaruh periklanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan paket internet telkomsel pada mahasiswa ukaw di masa pandemi covid 19.

#### 1.4.2.2 Manfaat praktis

Bisa memberikan referensi terbaru atau yang lebih akurat bagi perusahaan dan akan menjadi bahan pertimbangan untuk menetapkan kebijakan baru perusahaan tentang strategi pemasaran yang berpengaruh pada periklanan dan kualitas layanan.