

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Perkembangan teknologi di masa sekarang memberikan banyak kemudahan sehingga memungkinkan manusia untuk melakukan segala hal dengan bantuan teknologi, contohnya adalah komunikasi. Di era pesatnya perkembangan teknologi, terciptalah sebuah alat komunikasi berupa telepon genggam sehingga surat menyurat sudah jarang digunakan sebagai satu-satunya cara untuk melakukan komunikasi jarak jauh. Telepon genggam menjadi pilihan utama untuk digunakan, selain dapat membantu komunikasi jarak jauh juga mudah untuk dibawa kemana saja.

Semakin banyaknya pengguna telepon genggam tentu diperlukan jangkauan jaringan yang semakin luas sehingga dapat membantu setiap orang menggunakannya sesuai dengan kebutuhan. Dalam hal ini para penyedia jaringan telekomunikasi berlomba-lomba untuk menghadirkan banyak pilihan kartu SIM. Keadaan semacam ini memaksa perusahaan telekomunikasi untuk menerapkan strategi mempertahankan posisi produknya agar terus baik di pasaran.

Untuk melihat suatu produk tersebut dikatakan baik, bisa dilihat dari kualitas produk. (Kotler, 2012), mendefinisikan kualitas produk sebagai kemampuan dari sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Sedangkan Wijaya (2011) menyatakan kualitas produk adalah

gabungan dari keseluruhan karakteristik produk yang dihasilkan dari bagian pemasaran, hasil rekayasa produksi dan pemeliharaan sehingga menjadi barang (produk) yang dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Kualitas produk yang baik mempengaruhi kepuasan pelanggan menurut (Tjiptono,F.,& Diana, 2018), merupakan perasaan senang atau tidak senangnya pelanggan dari suatu jasa atau hasil yang diterima dengan yang diharapkan. Sedangkan menurut (Kotler, Philip dan Keller, 2012), mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

Perusahaan Telkomsel adalah salah satu perusahaan operator telekomunikasi seluler terbesar dari sekian banyak perusahaan penyedia layanan telekomunikasi di Indonesia yang mengedepankan kualitas produk dan kepuasan pelanggan sumber (PT. Telkom Indonesia, n.d.). Perusahaan Telkomsel menyediakan kartu SIM Telkomsel yang bergerak dalam bidang telekomunikasi khususnya telepon seluler dengan sistem GSM (*Global System For Mobile*) yang memiliki berbagai merek produk yang dipasarkan di Indonesia. Seperti Kartu As, Simpati, dan Halo yang tentunya dengan banyak macam pilihan layanan di dalamnya yang bisa kita pilih sesuai dengan kebutuhan.

Kartu Telkomsel memiliki jumlah pengguna seluler sebanyak 169,5 juta pelanggan (sumber [www.Telkomsel.com](http://www.Telkomsel.com)). Banyak jumlah pelanggan membuat

Telkomsel menciptakan aplikasi My Telkomsel yang dapat memudahkan pelanggan untuk membeli produk-produk yang ada didalam kartu tersebut. dengan adanya fitur terbaru maka para pelanggan merasa puas dan secara tidak langsung merekomendasikan kartu Telkomsel pada teman dan kerabat yang dapat meningkatkan penjualan kartu Telkomsel.

Menurut wawancara penulis dengan sekelompok mahasiswa prodi S1 manajemen Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur dimasa pandemi saat ini, jaringan dan kualitas layanan kartu Telkomsel sangat membantu jalannya perkuliahan secara online. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk dari kartu Telkomsel yang sangat baik membuat para pelanggannya merasa puasa.

Beberapa teori pendukung hasil penelitian sebelumnya mengungkapkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Harahap,2017; Lesmana,2019; Mahira et al.,2021). Namun hasil tersebut berbeda dengan temuan yang dilakukan (Andalusi,2018), yang menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Dari uraian permasalahan dan kesenjangan dari penelitian sebelumnya, penelitian bermaksud untuk mengklafikasi kembali pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, sehingga dapat memberikan kontribusi kepada perusahaan untuk dapat dijadikan pertimbangan dalam melakukan srategi pemasaran dengan pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertari lebih lanjut membahas dengan penelitan berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Telkomsel (Studi Kasus Mahasiswa Prodi S1 Manajemen Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur).**

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah pada penelitian di atas maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan kartu Telkomsel pada mahasiswa Prodi s1 Manajemen Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur.

### **C. Batasan Masalah**

Agar penelitian tidak terlalu meluas, maka peneliti membatasi penelitian ini pada mahasiswa Prodi S1 Manajemen Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur yang berada di Jl. Ir. H. Juanda No.15, Sidodadi, Kec. Samarinda Ulu, Kota Samarinda, Kalimantan Timur 75124.

### **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1. Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada kartu Telkomsel pada mahasiswa Prodi S1 Manajemen Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur.

#### **2. Manfaat Penelitian**

##### **a. Secara teoritis**

Diharapkan penelitian dapat memberikan wawasan serta pengetahuan dalam bidang kualitas produk dan kepuasan pelanggan, serta diharapkan sebagai sarana pengembangan ilmu secara teoritis yang bisa dipelajari di masa perkuliahan.

##### **b. Secara praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu untuk menjadi salah masukan penilaian pada kepuasan pelanggan pada pihak Telkomsel mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan agar dapat lebih meningkatkan kualitas produk.