

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Dalam dunia bisnis yang kompetitif, kepuasan pelanggan menjadi faktor krusial dalam menentukan keberlangsungan dan pertumbuhan perusahaan. Pelanggan yang puas cenderung loyal dan berpotensi menjadi promotor bagi perusahaan, sedangkan pelanggan yang tidak puas dapat memberikan dampak negatif, termasuk menurunnya reputasi merek dan hilangnya pangsa pasar. Menurut Tunastini dalam Yulita Tri et al (2025) “Kepercayaan pelanggan adalah rasa percaya konsumen atas produk atau jasa yang berdampak positif sehingga menimbulkan kepuasan tersendiri.” Oleh karena itu, memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan menjadi suatu keharusan bagi perusahaan di berbagai sektor. Menurut Farizky et al dalam Amanda et al (2024) “kepuasan pelanggan adalah perasaan puas atau tidak puas seseorang atas hasil perbandingan antara harapan dan perilakunya serta bagaimana mereka percaya produk untuk melakukan (hasil) dengan ekspektasi mereka.”

Pada era globalisasi dan digitalisasi, harapan serta perilaku konsumen terus mengalami perubahan. Menurut *American Marketing Association* atau disingkat (AMA) dalam buku Sunyoto & Saksono (2022) mendefinisikan bahwa “perilaku konsumen (*consumer behavior*) sebagai interaksi dinamis antara pengaruh dan kognisi, perilaku, dan kejadian disekitar kita dimana manusia melakukan aspek dalam hidup mereka.” Faktor-faktor yang sebelumnya dianggap cukup dalam menciptakan kepuasan pelanggan, seperti harga dan kualitas produk, kini tidak lagi menjadi satu-satunya determinan utama. Kualitas pelayanan dipengaruhi oleh pelayanan yang dirasakan dan pelayanan yang diharapkan. Aspek lain seperti layanan pelanggan, pengalaman berbelanja, serta kemudahan akses terhadap

informasi dan produk menjadi faktor tambahan yang turut menentukan tingkat kepuasan pelanggan.

Konsumen tidak hanya mengevaluasi layanan dari sisi harga dan kualitas produk, tetapi juga menaruh perhatian besar pada aspek layanan pelanggan, kemudahan akses, serta kecepatan penanganan masalah. Dalam situasi ini, perusahaan yang gagal menyesuaikan diri dengan dinamika kebutuhan pelanggan berisiko kehilangan loyalitas konsumen dan pangsa pasar. Hal ini semakin diperparah oleh tingkat persaingan yang tinggi antar penyedia layanan internet, di mana pelanggan memiliki banyak alternatif untuk berpindah ke penyedia lain yang dianggap lebih menguntungkan.

PT. Telkom (Persero) Gunungsitoli menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara ekspektasi pelanggan terhadap layanan internet yang cepat, stabil, dan responsif dengan kenyataan di lapangan. Masalah utama yang muncul meliputi gangguan jaringan, kecepatan internet yang tidak sesuai. Di tengah persaingan yang semakin ketat dan perilaku konsumen yang makin kritis, Telkom masih mengalami kesulitan dalam memahami kebutuhan dan persepsi pelanggan secara menyeluruh. Akibatnya, strategi pelayanan yang diterapkan kurang efektif, dan aspek non-teknis seperti komunikasi serta kecepatan penanganan keluhan menjadi tantangan utama yang perlu segera dibenahi.

Menurut Raiyan dan Siregar dalam Hermawan (2024) “Kualitas pelayanan adalah pendekatan yang diambil perusahaan untuk melakukan perbaikan berkelanjutan terhadap proses, produk, dan layanan yang dihasilkan”. Namun, banyak perusahaan masih mengalami kesulitan dalam memahami secara mendalam bagaimana faktor-faktor tersebut memengaruhi persepsi pelanggan terhadap produk atau layanan mereka.

PT. Telkom Indonesia (Persero) Tbk khususnya di wilayah Gunungsitoli sebagai penyedia jasa dan layanan jaringan internet, seperti Wi-Fi dan layanan pemasangannya, juga menghadapi berbagai tantangan dalam memastikan kepuasan pelanggan. Beberapa permasalahan yang sering

muncul di antaranya adalah kesenjangan antara harapan dan kenyataan terkait kualitas jaringan internet yang sering mengalami gangguan atau ketidak stabilan. Menurut Mastura dan Rahayu dalam Liwandy et al (2025), “kepuasan pelanggan yakni sebuah evaluasi yang diberikan oleh konsumen pada produk atau pelayanan yang diterima dalam kurun rentang waktu tertentu pelanggan memiliki ekspektasi tinggi terhadap koneksi yang cepat dan stabil, namun dalam beberapa kasus, keluhan mengenai kecepatan yang tidak sesuai dengan paket yang dibeli atau gangguan jaringan masih sering terjadi.”

Selain itu, layanan pelanggan juga menjadi aspek krusial dalam kepuasan pelanggan. Respons yang lambat terhadap keluhan dan kurangnya solusi yang efektif dalam menangani masalah teknis sering kali menjadi faktor utama yang menyebabkan ketidak puasan pelanggan. Menurut Apriliyanti et al dalam Nareswari dan Suryaningsih (2024), “Respon cepat merujuk pada tanggapan yang diberikan oleh pihak terkait terhadap permasalahan yang muncul dalam waktu singkat.” Respon yang cepat tidak hanya mencerminkan profesionalisme, tetapi juga membangun kepercayaan konsumen dan memberikan kesan bahwa kebutuhan mereka diprioritaskan, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas terhadap layanan atau produk.

Persaingan dalam industri penyedia layanan internet juga semakin meningkat dengan hadirnya berbagai operator lain yang menawarkan layanan serupa dengan harga yang lebih kompetitif dan fitur tambahan yang menarik. Hal ini membuat pelanggan lebih mudah berpindah ke penyedia layanan lain jika mereka merasa tidak mendapatkan kualitas layanan yang memadai. menurut Tjiptono dalam Wahyu Arefianto (2025), “kualitas pelayanan merupakan usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta memastikan penyampaian dilakukan secara tepat agar sejalan dengan harapan pelanggan.” Pelayanan yang berkualitas tidak hanya berdampak pada kepuasan pelanggan saja, melainkan juga dapat

meningkatkan loyalitas, reputasi, dan daya saing perusahaan di pasar yang semakin kompetitif.

Selain itu, pelanggan kini semakin menuntut layanan yang lebih personal dan fleksibel, baik dalam hal pilihan paket internet, kemudahan pemasangan, maupun dukungan teknis yang responsif. Menurut Nurma Halika dan Kiran Kharisma dalam Nareswari dan Suryaningsih (2024) “Kualitas layanan ini memiliki nilai yang besar dalam membawa konsumen pada tingkat kepuasan, sehingga kepuasan tersebut akan memberikan dampak positif terhadap pelanggan”.

Dalam konteks penelitian ini, fokus utama adalah menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan PT.Telkom (Persero) Gunungsitoli, yang merupakan wilayah dengan tingkat penetrasi internet yang tinggi dan kebutuhan akan layanan internet yang terus meningkat. Tantangan di wilayah ini mencakup kualitas jaringan yang belum merata, peningkatan kebutuhan akan layanan digital yang andal, serta ekspektasi pelanggan terhadap inovasi layanan yang lebih baik.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor utama yang memengaruhi kepuasan pelanggan PT.Telkom (Persero) Gunungsitoli menggunakan pendekatan kualitatif. Metode kualitatif dipilih karena dapat menggali perspektif dan pengalaman pelanggan secara mendalam serta mengungkap aspek-aspek yang tidak dapat terkuantifikasi secara langsung. Dengan memahami faktor-faktor ini, perusahaan dapat merancang strategi yang lebih efektif dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, membangun loyalitas, serta menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berkontribusi pada pengembangan teori mengenai perilaku konsumen, tetapi juga memberikan wawasan praktis bagi PT.Telkom (Persero) Gunungsitoli dalam meningkatkan kualitas layanan dan mempertahankan posisi sebagai penyedia layanan internet terkemuka di Indonesia.

## **1.2. Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi fokus penelitian ini adalah memfokuskan hanya membahas tentang Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi kepuasan Pelanggan PT.Telkom (Persero) Gunungsitoli.

## **1.3. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengalaman pelanggan dalam menggunakan layanan internet pada PT.Telkom (Persero) Gunungsitoli?
2. Faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap layanan PT.Telkom (persero) Gunungsitoli?
3. Bagaimana persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan, harga, stabilitas jaringan, dan pelayanan pelanggan?

## **1.4. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Menganalisis pengalaman pelanggan dalam menggunakan layanan PT.Telkom (Persero) Gunungsitoli.
2. Mengidentifikasi faktor-faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.
3. Menjelaskan persepsi pelanggan menilai layanan, harga, stabilitas jaringan, dan pelayanan pelanggan

## **1.5. Kegunaan Hasil Penelitian**

Adapun manfaat dari pada pelaksanaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Menambah wawasan dan memperkaya literatur mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam industri telekomunikasi, khususnya dalam layanan internet.
- b. Memberikan kontribusi akademik dalam bidang manajemen pemasaran, khususnya dalam memahami perilaku konsumen dan strategi peningkatan kepuasan pelanggan.
- c. Menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan, layanan telekomunikasi,
- d. Menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan, layanan telekomunikasi, serta strategi peningkatan kualitas layanan.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti: pelaksanaan penelitian ini menjadi sarana untuk mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh selama masa perkuliahan, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran dan perilaku konsumen. Peneliti dapat memperoleh pengalaman langsung dalam menggali data, menganalisis temuan di lapangan, serta mengembangkan kemampuan berpikir kritis dan sistematis terhadap fenomena yang terjadi dalam dunia usaha, terutama dalam industri telekomunikasi.
- b. Bagi kampus : penelitian ini menjadi kontribusi nyata dalam menambah khasanah literatur ilmiah yang dapat dijadikan referensi oleh mahasiswa atau akademisi lain yang tertarik meneliti topik serupa. Selain itu, penelitian ini juga menjadi wujud nyata peran kampus dalam menjembatani dunia akademik dengan sektor industri, serta memperkuat relevansi kurikulum pendidikan tinggi terhadap tantangan yang dihadapi masyarakat dan dunia usaha saat ini.

- c. Bagi PT.Telkom Indonesia khususnya wilayah Gunungsitoli: hasil penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Temuan dari penelitian ini dapat menjadi masukan strategis bagi manajemen dalam meningkatkan kualitas layanan, merespons keluhan pelanggan dengan lebih cepat dan tepat, serta membangun loyalitas pelanggan dalam jangka panjang. Selain itu, pemahaman yang diperoleh melalui pendekatan kualitatif ini juga dapat membantu perusahaan dalam menyusun kebijakan layanan yang lebih personal, adaptif, dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Dengan demikian, PT. Telkom (Persero) Gunungsitoli dapat memperkuat posisinya sebagai penyedia layanan internet yang unggul dan terpercaya di wilayahnya.
- d. Bagi penelitian selanjutnya : Menjadi dasar bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengkaji kepuasan pelanggan, layanan telekomunikasi, serta strategi peningkatan kualitas layanan dengan konteks atau variabel yang lebih luas, seperti wilayah penelitian yang diperluas atau pendekatan kuantitatif yang menguatkan hasil statistik.