

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Di awal tahun 2020, di bulan Maret, dunia dikejutkan oleh virus baru yang pertama kali muncul di kota Wuhan di China. Kehadiran virus baru ini tentu saja akan berdampak besar pada banyak bidang kehidupan, baik itu dunia pendidikan, dunia politik, dunia ekonomi maupun dunia bisnis. Dalam dunia bisnis, merebaknya pandemi Covid-19 memberikan dampak yang besar. Dalam hal ini terdapat perusahaan yang mengalami dampak positif dan negatif dalam kegiatannya baik perusahaan publik maupun swasta. Sebagian besar perusahaan yang dapat bersaing dan mendapatkan keuntungan dari pandemi ini adalah industri yang berfokus pada kesehatan, makanan, *e-commerce*, dan teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Ini merupakan peluang bagi industri informasi dan komunikasi (ICT) seperti PT. Eka Mas Republik dapat memanfaatkan momentum ini. PT. Eka Mas Republik memanfaatkan momen ini tidak hanya untuk terus mempersembahkan kinerja terbaik, tetapi juga melakukan inovasi produk dan layanan digital untuk menjawab tantangan tersebut. kebutuhan yang berbeda dari orang-orang yang mengalami perubahan yang sama. Penyebaran virus Covid 19 telah mengubah gaya hidup masyarakat dan tuntutan kelimpahan, misalnya Indonesia telah menerapkan Kebijakan Pembatasan Massal (PSBB) untuk memastikan pendidikan dan pekerjaan dilakukan di rumah untuk menekan penyebaran penyakit. Keadaan ini

menyebabkan perubahan kebutuhan masyarakat, termasuk kebutuhan internet yang sangat penting. Seiring dengan perubahan gaya hidup

Dalam masyarakat saat ini, orang membutuhkan informasi serbaguna, sederhana, cepat dan dapat diandalkan. Tentunya kebutuhan akan internet semakin berkembang, hal tersebut mempengaruhi perekonomian di berbagai negara, termasuk Indonesia. Beberapa perusahaan telekomunikasi bersaing dengan keunggulan yang berbeda dalam menyediakan layanan Internet sesuai dengan kebutuhan masing-masing konsumen. Oleh karena itu, konsumen harus mempertimbangkan keputusan untuk membeli layanan online bekas.

PT. Eka Mas Republik adalah penyedia layanan multimedia milik Grup Sinarmas melalui pita lebar serat optik. Layanan yang ditawarkan melalui jaringan kabel serat optik meliputi televisi kabel berkualitas tinggi dan Internet berkecepatan tinggi. Produk layanan Internet andalannya adalah MyRepublic. MyRepublic adalah merek layanan akses internet serat optik (FTTH) lengkap untuk perumahan atau bisnis kecil dan menengah. MyRepublic sendiri sangat serius berkompetisi di industri ini karena potensi pasar yang begitu luas, meskipun MyRepublic sendiri merupakan penyedia layanan terbaru di Indonesia, namun jumlah konsumennya terus bertambah dari waktu ke waktu. Apakah hal ini dipengaruhi oleh sikap kepuasan konsumen itu sendiri terhadap layanan jasa yang di berikan oleh MyRepublic.

Menurut Kotler dan Amstorg (2014:9), kepuasan konsumen mengacu pada sejauh mana kinerja produk yang dirasakan memenuhi harapan pembeli. Jika kinerja produk lebih buruk dari harapan konsumen, pembeli puas atau senang.

Menurut pengelola layanan konsumen MyRepublic di *Head Office*, persepsi kualitas layanan dan harga cukup penting untuk kelangsungan bisnis. Jika kualitas layanan konsumen baik maka akan terjadi kepuasan konsumen, dan jika harga paket MyRepublic menguntungkan dan membawa keuntungan bagi konsumen maka kepuasan konsumen juga akan terjadi. Semakin puas konsumen, semakin banyak pula konsumen yang menggunakan layanan MyRepublic.

Berdasarkan riset harga awal oleh MyRepublic di *Head Office*, menjelaskan bahwa banyaknya konsumen yang memberikan keluhan melalui media sosial twitter karena ketidakpuasan konsumen terhadap jaringan MyRepublic yang bermasalah pada saat menjalankan kegiatan *work from home* ditengah pandemi covid-19. MyRepublic menjadi trending topic di twitter yang disebabkan oleh beberapa pengguna MyRepublic yang menyatakan keluhan mereka Karena buruknya kualitas jaringan sehingga tidak dapat mengakses internet kemudian, terdapat beberapa keluhan konsumen terkait dengan pelayanan MyRepublic yang dikatakan kurang memuaskan, konsumen merasa kurang puas dengan pelayanan customer service MyRepublic, karena lamanya respon yang diberikan dan kurang memberikan solusi atas masalah yang dihadapi konsumen. Pelayanan yang diberikan dirasa kurang layak, karena ketika terjadi masalah pada jaringan internet MyRepublic, respon dari pihak customer service MyRepublic yang lambat, bahkan konsumen harus menunggu beberapa hari untuk dapat diperbaiki. kemudian keluhan lain juga terkait jaringan internet MyRepublic yang kurang stabil, sehingga menghambat aktivitas yang dilakukan oleh konsumen (Sondakh, 2020). Sehingga, dengan adanya beberapa penjelasan tersebut maka terindikasi adanya masalah

kepuasan konsumen pada MyRepublic. Berdasarkan hal yang telah disampaikan, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini yaitu apakah kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?. Serta tujuan dari penelitian ini dilakukan untuk membuktikan dan menganalisis kualitas produk dan kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan konsumen MyRepublic.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Konsumen *Fixed Broadband* (Studi Kasus: PT. Eka Mas Republik)?.
2. Apakah ada pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen *Fixed Broadband* (Studi Kasus: PT. Eka Mas Republik)?.
3. Apakah ada pengaruh, Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen *Fixed Broadband* (Studi Kasus: PT. Eka Mas Republik) ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun Tujuan penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Konsumen *Fixed Broadband* (Studi Kasus: PT. Eka Mas Republik)
2. Untuk mengetahui pengaruh, Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen *Fixed Broadband* (Studi Kasus: PT. Eka Mas Republik)
3. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen *Fixed Broadband* (Studi Kasus: PT. Eka Mas Republik)

1.4 Manfaat Penelitian

Secara manfaat tentunya penelitian ini memiliki manfaat baik secara praktis dan teoritis, diantaranya:

1. Secara Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan saran atau masukan guna mengambil langkah yang tepat serta menjadi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Magister Manajemen pada Universitas Bina Darma.

2. Secara Akademis

Hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangsih dan menambah pengetahuan bagi pihak – pihak yang berkepentingan dan dapat berguna bagi akademis serta berguna bagi penelitian selanjutnya mengenai tentang pengaruh Promosi, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Lingkup dalam penelitian ini di batasi pada Konsumen *Fixed Broadband* (Studi Kasus: PT. Eka Mas Republik) yang berkaitan dengan pengaruh Promosi, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen.

1.6 Rencana Susunan Penulisan

- **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian dan sistematika penelitian.

- **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bagian ini berisikan konsep dan teori yang berkaitan dengan Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Kepuasan Konsumen. Bagian ini juga berisikan mengenai penelitian terdahulu yang relevan, kerangka pikir dan hipotesis penelitian.

- **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Berkaitan dengan metode penentuan populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, desain penelitian dan operasional variable, metode dan teknik analisis.

- **BAB IV DESKRIPSI PENELITIAN**

Pada bagian ini akan diterangkan mengenai tentang deskripsi serta profil lokasi penelitian.

- **BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini akan disajikan hasil analisis dan pokok hasil pembahasan dari rumusan masalah penelitian

- **BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini akan dilakukan penarikan kesimpulan serta memberikan saran pada hasil penelitian yang telah dilakukan.