

# **BAB I PENDAHULUAN**

## **1.1 Latar Belakang**

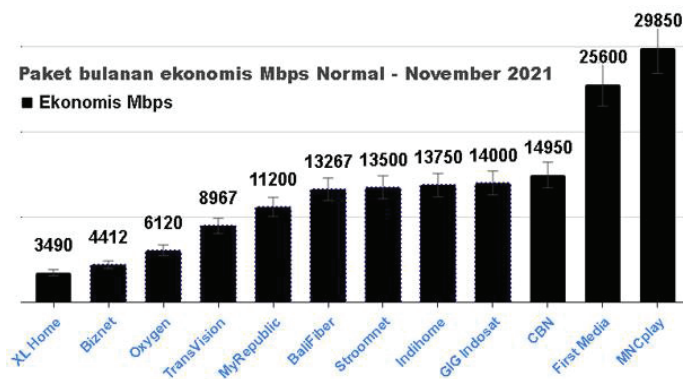
Semakin berkembangnya zaman, teknologi komunikasi juga semakin berkembang begitu pesat. Pada awalnya teknologi komunikasi sangat minim untuk penggunaan setiap harinya. Namun pada saat ini teknologi komunikasi sangat mudah di gunakan untuk kebutuhan sehari-hari dan juga teknologi komunikasi tidak bisa di pisahkan dari kehidupan sehari-hari. Berkemabngnya teknologi moderen dapat kita rasakan sepetri untuk mengakses informasi yang dapat menambah wawasan berupa sosial budaya, ekonomi, politik maupun informasi lainnya yang mudah di dapatkan melalui internet.

Sangat banyak yang menggunakan internet untuk mepermudah pekerjaan ataupun menghasilkan pekerjaan. Dalam penggunaan internet banyak sekali jasa penyedia layanan internet dengan berbagai macam merek. Salah satu perusahaan yang ada di bidang informasi dan komunikasi serta penyedia jasa dan jaringan telekomunikasi secara lengkap di Indonesia adalah PT. Telkom yang mempunyai produk yaitu Indonesia Digital Home (IndiHome) adalah jasa dan layanan layanan yang tertera seperti telfon rumah, internet, dan layanan televisi.

Menurut survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) Penggunaa internet di pulau Jawa masih berkontribusi terbesar terhadap kenaikan

jumlah pengguna internet pada survei tersebut, yakni 56,4 persen. Kedua terbesar berasal dari Pulau Sumatera dengan 22,1 persen, disusul Pulau Sulawesi 7 persen, Kalimantan 6,3 persen, Bali-Nusa Tenggara 5,2 persen, dan Maluku-Papua 3 persen. (Sumber: Buletin Apjii)

**Gambar 1.1 Grafik Harga**



Sumber : [www.obengplus.com](http://www.obengplus.com)

Berdasarkan gambar 1.1 XL Home, BiznetHome dan Oxygen relatif memberikan harga paket internet paling murah bila dihitung dari kecepatan berbanding harga paket internet bulanan. Sedangkan Indihome menduduki peringkat 5 perangkat tertinggi dengan harga yang lumayan mahal di bandingkan XL, Biznet dan Oxygen yang memberikan harga lebih murah.

## Gambar 1.2 Kecepatan Internet

sumber: [Steam](#)

1. PT Mora Telematika Indonesia – 40,1 Mbps
2. MyRepublic ID – 35,9 Mbps
3. Biznet Networks – 28,4 Mbps
4. PT Cyberindo Aditama (CBN) – 23,7 Mbps
5. FirstMedia – 16 Mbps
6. PT Cemerlang Multimedia – 13,8 Mbps
7. PT MNC Kabel Mediacom – 12,2 Mbps
8. MNC Playmedia – 11,9 Mbps
9. PT. Telkom Indonesia (Indihome) – 7,1 Mbps
10. Telkomsel – 6,7 Mbps

Sumber: Steam

Dari gambar 1.2 diatas menunjukkan bahwa PT. Telkom Indonesia dengan Indihome nya dan Telkomsel menduduki peringkat ke-2 terbawah untuk permasalahan koneksi internet di Indonesia. Padahal keduanya adalah milik pemerintah namun malah menduduki peringkat ke-2 dari bawah dan sangat disayangkan yang menduduki peringkat atas adalah pihak-pihak swasta yang lebih menyediakan koneksi internet yang lebih mumpuni.

Hasil dari data diatas dapat disimpulkan bahwa hasil survei dari pengguna Indihome berpengaruh dengan Kepuasan Pelanggan atau konsumen. Kepuasan seorang pelanggan atau konsumen di bidang pemasaran sangatlah penting di perusahaan-perusahaan karena bisa membuat pelanggan tersebut merekomendasikan produk Indihome kepada rekannya atau orang lain yang dia kenal. Kepuasan pelanggan dapat dicapai jika memiliki kualitas pelayanan, kualitas produk, dan juga kepercayaan yang baik dari pelanggan.

Menurut Kotler (2019) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan dan kualitas produk ialah keseluruhan ciri dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Menurut Rofiq (2007) Trust adalah kepercayaan pihak tertentu terhadap yang lain dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan suatu keyakinan bahwa orang yang dipercayainya tersebut akan memenuhi segala kewajibannya secara baik sesuai yang diharapkan. Kotler (2019) menjelaskan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap (kinerja atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.

Kualitas pelayanan dan kualitas produk sangat berpengaruh untuk pelanggan dimana menurut Kartika Nur Rahmawati (2017) yang telah menginvestigasi pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen di kedai bangsawan klaten, penelitiannya telah menemukan hubungan yang signifikan antara kualitas produk dan pelayanan. Semakin baik kualitas pelayanan dan kualitas produk yang diberikan dapat memberikan rasa kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan tersebut, hal ini didukung dengan penelitian Nurhadi dan Asriel Azis (2018) yang menyatakan bahwa Kualitas pelayanan memegang peran penting dalam hubungannya memengaruhi tingkat kesetiaan konsumen, di mana semakin baik kualitas pelayanan perusahaan yang diberikan semakin tinggi juga kesetiaan konsumen.

Sebuah transaksi ekonomi di dalam Islam pasti tak terlepas dari penjualan dan pembelian yang mana hal ini digambarkan dalam bentuk kepuasan pelanggan terhadap produk atau jasa yang diperoleh dari penjualan. Kepuasan pelanggan didapatkan jika penyedia jasa atau barang memberikan Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk yang baik sesuai ajaran Rasulullah SAW seperti memiliki sifat amanah dalam melakukan pelayanan kepada konsumen dan juga sifat *tabligh* atau jujur terhadap produk atau jasa yang disediakan oleh perusahaan sehingga konsumen merasa puas dengan apa yang diberikan oleh perusahaan penyedia jasa atau produk tersebut. sebagaimana firman Allah SWT yang dijelaskan dalam Surat At-Taubah : 59

وَلَوْ أَنَّهُمْ رَضُوا مَا آتَاهُمُ اللَّهُ وَرَسُولُهُ وَقَالُوا حَسْبُنَا اللَّهُ سَيُؤْتِينَا اللَّهُ مِنْ فَضْلِهِ وَرَسُولَهُ إِنَّا إِلَى اللَّهِ رَاغِبُونَ

Artinya : Seandainya mereka benar-benar rida dengan apa yang diberikan kepada mereka oleh Allah dan Rasul-Nya, dan berkata, “Cukuplah Allah bagi kami, Allah akan memberikan kepada kami sebagian dari karunia-Nya, dan (demikian pula) Rasul-Nya. Sesungguhnya kami adalah orang-orang yang selalu hanya berharap kepada Allah.” (QS. At-Taubah (9) : 59)

Dari ayat diatas dapat disimpulkan bahwa dalam memberikan pelayanan kepada konsumen harus bersikap baik dan rida atas apa yang iya perbuat tanpa mengharapkan balasan dari sesama manusia. Karena hanya kepada Allah SWT satu-satunya tempat hambanya berharap.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penelitian ini diberi judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan melalui Kepercayaan sebagai Mediasi Studi Pada Pengguna Indihome”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang, penelitian ini bertujuan untuk menguji beberapa variabel penelitian diantaranya menguji citra merek dan relationship marketing terhadap kepuasan pelanggan dengan variabel kepercayaan sebagai faktor mediator. Dengan demikian rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepercayaan?
2. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepercayaan?
3. Bagaimana pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan?
4. Bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan?
5. Bagaimana pengaruh yang signifikan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan?
6. Bagaimana Kepercayaan memediasi hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan?
7. Bagaimana Kepercayaan memediasi hubungan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan?

8. Bagaimana pandangan Islam tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan melalui Kepercayaan sebagai mediasi?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dengan Kepercayaan
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dengan Kepercayaan
3. Untuk mengetahui pengaruh Kepercayaan dengan Kepuasan Pelanggan
4. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan
5. Untuk mengetahui pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk dengan Kepuasan Pelanggan
6. Untuk mengetahui pengaruh mediasi Kepercayaan terhadap hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan
7. Untuk mengetahui pengaruh mediasi Kepercayaan terhadap hubungan Kualitas Produk dengan Kepuasan Pelanggan
8. Untuk mengetahui dari sudut pandang Islam tentang pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan melalui Kepercayaan sebagai mediasi.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dipahami dan memberikan informasi yang berguna bagi pihak-pihak tertentu serta dapat membawa perubahan

pandangan kearah yang lebih baik dan lebih maju, baik secara teoritis maupun praktis.

#### 1. Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan berupa wawasan yang luas serta tambahan informasi dan referensi bagi peneliti selanjutnya yang dapat dijadikan sebagai dasar untuk memperluas penelitian.

#### 2. Praktis

##### a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini bisa dijadikan bahan pertimbangan, masukan serta solusi untuk perusahaan dalam menetapkan kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan.

##### b. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini bisa dijadikan informasi atau tolak ukur masyarakat sebagai calon konsumen/pelanggan atau konsumen/pelanggan tetap untuk mengetahui kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan.

##### c. Bagi Peneliti berikutnya

Penelitian ini dapat digunakan sebagai rujukan / referensi untuk penelitian baru. Dengan menambah atau mengganti variabel yang sudah ada, maka penelitian tersebut dapat dijadikan sebagai penelitian baru.