

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam beberapa tahun terakhir telah mengubah berbagai aspek kehidupan masyarakat. Masyarakat kini menjadikan internet sebagai salah satu kebutuhan penting untuk mendukung berbagai aktivitas, seperti komunikasi, pembelajaran, pekerjaan, hiburan, dan kegiatan ekonomi digital. Kondisi tersebut mendorong meningkatnya ketergantungan masyarakat terhadap teknologi dan layanan berbasis digital, sehingga kebutuhan akan layanan telekomunikasi seluler juga terus mengalami peningkatan. Salah satu layanan yang menunjukkan pertumbuhan permintaan paling tinggi adalah layanan data internet karena masyarakat memanfaatkannya dalam berbagai aktivitas sehari-hari.

Industri telekomunikasi seluler di Indonesia saat ini menunjukkan tingkat persaingan yang semakin tinggi, yang ditandai dengan kompetisi antaroperator besar, seperti Telkomsel, XL Axiata, *Smartfren*, dan Indosat *Ooredoo*. Para penyedia layanan seluler terus menawarkan berbagai paket layanan yang menarik melalui penerapan strategi harga yang kompetitif, peningkatan kualitas jaringan, serta pembentukan citra merek yang positif di benak pelanggan. Kondisi tersebut mendorong perusahaan telekomunikasi untuk tidak hanya berfokus pada peningkatan jumlah pelanggan, tetapi juga memberikan perhatian yang lebih besar terhadap upaya menciptakan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan menjadi salah satu aspek strategis yang penting karena berperan dalam menjaga keberlangsungan bisnis perusahaan di tengah persaingan industri yang semakin ketat.

PT. Indosat *Ooredoo Hutchison* menawarkan kartu prabayar *IM3 Indosat Ooredoo*, yang merupakan salah satu penyedia layanan telekomunikasi seluler di Indonesia. *IM3 Indosat Ooredoo* dikenal sebagai produk yang menyasar segmen masyarakat luas, khususnya pelajar, mahasiswa, dan pengguna aktif internet, dengan menawarkan paket data yang bervariasi serta harga yang relatif terjangkau. Selain itu, *IM3 Indosat Ooredoo* juga membangun citra merek sebagai provider yang modern, fleksibel, dan dekat dengan kebutuhan konsumen sehari-

hari. Menurut riset independen *nPerf* tahun 2025, *IM3* dari Indosat *Ooredoo* unggul dalam kategori pengalaman internet untuk *browsing* dan *streaming* dibandingkan operator lain, dimana skor kepuasan pengguna pada aktivitas tersebut mencapai persentase yang cukup tinggi.

Tabel 1.1 *Best Mobile Network Performance* 2025 (Indonesia)

<i>Provider</i>	<i>IM3</i>	<i>Smartfren</i>	<i>Telkomsel</i>	<i>XL Axiata</i>
<i>Download Speedss (Mb/s)</i>	28,24	19,64	29,92	23,1
<i>Upload Speedss (Mb/s)</i>	12,55	4,28	12,49	13,34
<i>Latency (ms)</i>	47,71	36,96	50,97	60,6
<i>Web Browsing (%)</i>	56,24	50,58	5379	54,32
<i>Youtube Streaming (%)</i>	77,33	70,04	76,33	77,68
<i>nPerf Score (nPoints)</i>	60,371	48,755	58,699	55,537

Sumber: (<https://www.nperf.com/en/awards/id/2025/mobile/indonesia>)

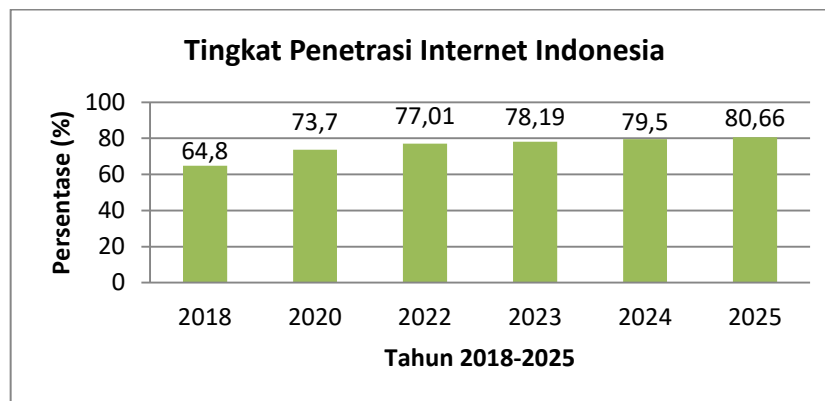
Data pada Tabel 1.1 tahun 2025 menunjukkan bahwa *IM3* berhasil meraih predikat *Best Mobile Network Performance* 2025 di Indonesia dengan perolehan 60,371 *nPoints* dan berhasil mengungguli *Telkomsel*. Meskipun demikian, sebagian konsumen masih menyampaikan berbagai keluhan terkait kualitas jaringan, terutama pada aspek kecepatan dan stabilitas internet yang dinilai belum optimal di beberapa wilayah. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap kualitas layanan tidak selalu sejalan dengan data teknis maupun klaim yang disampaikan oleh operator. Dalam industri jasa telekomunikasi, kepuasan pelanggan menjadi indikator penting yang dapat membantu perusahaan mempertahankan pelanggan dan meningkatkan loyalitas mereka. Kepuasan pelanggan muncul ketika pengalaman yang diterima sesuai atau bahkan melebihi harapan pelanggan terhadap suatu produk atau layanan. Oleh karena itu, perusahaan perlu memahami dan memenuhi kebutuhan serta harapan konsumen agar mampu mempertahankan keberlangsungan pasar di tengah persaingan bisnis yang semakin intensif.

Harga termasuk satu diantara komponen penting pada strategi pemasaran yang sangat menentukan persepsi pelanggan dalam memilih produk atau layanan. Untuk segmen mahasiswa, harga cenderung menjadi faktor penentu karena keterbatasan daya beli. Paket internet dengan harga yang dirasa sepadan dengan

manfaat yang diperoleh cenderung akan meningkatkan persepsi nilai pelanggan dan pada akhirnya, ini akan berdampak positif pada tingkat kepuasan pelanggan.. Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa harga menjadi salah satu pertimbangan utama pelanggan dalam menilai layanan telekomunikasi.

Kualitas layanan memegang peranan yang sangat penting dalam industri jasa telekomunikasi selain faktor harga. Kualitas layanan mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang cepat, tanggap, dan dapat dipercaya kepada pelanggan. Dalam konteks penggunaan kartu prabayar *IM3* Indosat *Ooredoo*, pelanggan dapat menilai kualitas layanan melalui kemudahan akses layanan digital, kejelasan informasi mengenai paket yang ditawarkan, respons layanan pelanggan dalam menangani keluhan, serta kemudahan pada proses pembelian dan aktivasi paket. Pelayanan yang berkualitas tidak hanya menciptakan rasa nyaman bagi pelanggan, tetapi juga memberikan pengalaman yang lebih baik sehingga dapat mendorong terbentuknya kepuasan pelanggan.

Citra merek menjadi salah satu variabel penting yang tidak dapat diabaikan dalam membentuk kepuasan pelanggan. Citra merek pada dasarnya merupakan kumpulan persepsi, keyakinan, dan kesan yang tersimpan dalam benak pelanggan terhadap suatu merek. Merek yang memiliki citra positif cenderung lebih mudah menarik perhatian serta memperoleh kepercayaan dari masyarakat. Dalam industri telekomunikasi, citra merek yang kuat mampu menumbuhkan rasa bangga dan keyakinan pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan. Berbagai penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa citra merek tidak hanya memengaruhi keputusan pembelian konsumen, tetapi juga memberikan pengaruh langsung terhadap tingkat kepuasan pelanggan.



Gambar 1.1 Pertumbuhan Tingkat Penetrasi Internet Indonesia

Sumber: Survei APJII

Survei Profil Internet Indonesia 2025 yang dirilis oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat Indonesia memanfaatkan layanan data seluler sebagai sarana utama untuk mengakses internet. Jumlah pengguna internet melalui layanan data seluler mencapai lebih dari 80,66% atau sekitar 229,43 juta jiwa dari total penduduk Indonesia yang berjumlah 284.438.900 orang pada tahun 2025. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa layanan data seluler telah menjadi bagian penting dalam berbagai aktivitas sehari-hari masyarakat Indonesia. Survei yang sama juga menunjukkan bahwa lebih dari separuh responden, yaitu sebesar 52,27%, mengalokasikan anggaran antara Rp101.000 hingga Rp250.000 per bulan untuk memenuhi kebutuhan paket internet seluler. Temuan tersebut menggambarkan bahwa konsumen cenderung memilih paket data yang mampu memberikan keseimbangan antara harga dan kualitas koneksi dibandingkan paket yang terlalu murah maupun terlalu mahal. Selain itu, hasil survei lainnya menunjukkan adanya pergeseran preferensi masyarakat ke arah layanan dengan harga yang terjangkau dan kualitas koneksi yang stabil, di mana sebanyak 70,44% responden menyatakan lebih menginginkan layanan internet yang terjangkau tetapi tetap didukung oleh kualitas layanan yang baik dibandingkan paket yang hanya menawarkan kecepatan tinggi dengan harga yang relatif mahal.

Kabupaten Jember termasuk salah satu wilayah dengan tingkat pengguna jasa layanan telekomunikasi seluler yang terbilang besar. Aktivitas pendidikan, perkantoran, perdagangan, serta penggunaan media sosial dan hiburan digital

menjadikan masyarakat Kabupaten Jember sangat bergantung pada layanan internet seluler. Namun, berdasarkan fenomena yang diamati, masih terdapat perbedaan persepsi di kalangan masyarakat terkait harga paket *IM3*, kualitas layanan jaringan di beberapa kecamatan, serta citra merek *IM3* jika dibandingkan dengan operator seluler lain. Sebagian pelanggan merasa harga paket sudah sesuai, namun kualitas layanan di lokasi tertentu belum optimal, sementara sebagian lainnya menilai citra merek *IM3* cukup baik tetapi masih mempertimbangkan alternatif operator lain.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan kartu prabayar *IM3* Indosat *Ooredoo* dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya harga, kualitas layanan, dan citra merek. Perbedaan persepsi pelanggan terhadap ketiga faktor tersebut menjadi hal yang menarik untuk diteliti, terutama di Kabupaten Jember yang memiliki karakteristik geografis serta kebutuhan konsumen yang beragam. Berdasarkan latar belakang dan kondisi yang terjadi, penelitian ini bertujuan untuk membuktikan secara empiris pengaruh harga, kualitas layanan, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar *IM3* Indosat *Ooredoo* di Kabupaten Jember. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mendorong terciptanya kepuasan pelanggan sekaligus menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam menyusun strategi pemasaran dan meningkatkan kualitas layanan pada masa yang akan datang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, masalah penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar *IM3* Indosat *Ooredoo* di Kabupaten Jember?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar *IM3* Indosat *Ooredoo* di Kabupaten Jember?
3. Apakah citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar *IM3* Indosat *Ooredoo* di Kabupaten Jember?

4. Apakah harga, kualitas layanan dan citra merek secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar *IM3 Indosat Ooredoo* di Kabupaten Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, berikut adalah tujuan penelitian ini:

1. Menguji dan menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar *IM3 Indosat Ooredoo* di Kabupaten Jember.
2. Menguji dan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar *IM3 Indosat Ooredoo* di Kabupaten Jember.
3. Menguji dan menganalisis pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar *IM3 Indosat Ooredoo* di Kabupaten Jember.
4. Menguji dan menganalisis pengaruh harga, kualitas layanan dan citra merek secara simultan terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar *IM3 Indosat Ooredoo* di Kabupaten Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi nyata bagi PT *Indosat Ooredoo Hutchison* sebagai bahan pertimbangan dalam mengevaluasi strategi penetapan harga, meningkatkan kualitas pelayanan, serta memperkuat citra merek *IM3* guna menarik minat dan meningkatkan kepuasan pelanggan di Kabupaten Jember.

b. Manfaat Bagi Akademis

Bagi dunia akademik, khususnya mahasiswa dan dosen, penelitian ini diproyeksikan sebagai bahan referensi dan rujukan tambahan dalam penyusunan karya ilmiah yang berkaitan dengan manajemen pemasaran dan perilaku konsumen. Selain memperkaya literatur yang tersedia, hasil penelitian ini juga dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian dengan variabel maupun model yang lebih kompleks.