

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Telekomunikasi adalah teknik pengiriman atau penyampaian informasi yang berupa rangkaian teknologi, perangkat, perlengkapan, fasilitas, jaringan, dan aplikasi yang mendukung komunikasi jarak jauh. Perkembangan teknologi di bidang komunikasi mengalami kemajuan yang cukup pesat. Perkembangan kebutuhan masyarakat terhadap jasa telekomunikasi yang semakin kompleks, sejalan dengan kemajuan perkembangan teknologi. Tersedianya jaringan telekomunikasi yang baik membuat masyarakat maupun pelaku bisnis dapat mengurangi biaya transportasi, biaya logistik, dan dapat efisien waktu yang digunakan dalam melakukan telekomunikasi tersebut. Dengan begitu telekomunikasi sangat penting karena adanya telekomunikasi dapat membangun hubungan yang kuat satu sama lain. Dalam bisnis telekomunikasi dapat digunakan untuk memecahkan suatu masalah yang terjadi, mempermudah pengambilan keputusan, dan memberikan informasi yang diperlukan tanpa harus bertemu langsung.

Kebutuhan telekomunikasi di era digital ini tidak hanya sekedar telepon dan sms, tetapi juga internet yang sudah menjadi kebutuhan untuk mendukung kegiatan masyarakat sehari-hari. Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pengguna internet di Indonesia mencapai 215, 63 juta orang pada periode 2022-2023. Berdasarkan hasil survei APJII jumlah tersebut meningkat 2,67% dibandingkan pada periode

sebelumnya yang sebanyak 210,03 juta pengguna. Jumlah pengguna internet tersebut setara dengan 78,19% dari total populasi Indonesia yang sebanyak 275,77 juta jiwa (Finaka, 2023).

Meningkatnya peran jaringan internet dalam kehidupan manusia sehari-hari menjadikan perusahaan berlomba-lomba untuk memberikan yang terbaik dari segi pelayanan hingga kualitas produk. Memberikan peluang terhadap konsumen dimana dapat memilih sesuai keinginan dan juga kebutuhan merupakan strategi yang dilakukan perusahaan. Salah satu produk yang merasakan persaingan bisnis adalah produk provider kartu. Provider kartu merupakan suatu bisnis yang sangat menjanjikan bagi para pengusaha bisnis. Hal tersebut dengan munculnya provider kartu dari berbagai macam merek yang ditawarkan seperti variasi paket data, pulsa terbukti sebagai bisnis yang menjanjikan karena sebagai salah satu kebutuhan.

Operator telekomunikasi di Indonesia bersaing untuk memberikan pengalaman terbaik melalui teknologi generasi ke-5 (5G). Beberapa operator telekomunikasi di Indonesia yaitu, PT Telkomsel, PT Indosat Tbk, serta PT XL Axiata Tbk melakukan terobosan dengan menggandeng vendor teknologi global untuk menyediakan teknologi terkini dan *advance* (Kure, 2023). Provider merupakan kebutuhan penting untuk sehari-hari yang dapat digunakan sebagai alat media agar terhubung pada layanan internet. Salah satu produk provider kartu yang terkenal di Indonesia yaitu provider kartu Telkomsel. PT Telekomunikasi seluler atau biasa disingkat menjadi Telkomsel adalah anak usaha Telkom Indonesia yang bergerak di bidang

telekomunikasi bagi konsumen individu (Id.wikipedia.org, 2023). Jenis-jenis yang ditawarkan provider kartu telkomsel berbagai macam salah satunya Telkomsel Prabayar. Dalam Telkomsel Prabayar sendiri memiliki banyak jenis paketan yang tersedia seperti Paket Talkmania, Tinder Plus, Ekstra Kuota PraBayar, Ekstra Kuota Kartu Halo, Ilmu Pedia, Ruang Guru, Kuota Belajar, Paket Harian, Combo Sakti PraBayar, Ketengan Utama, Ketengan Aplikasi Harian, Ketengan Aplikasi Kuota, Paket Sehat, Paket Zoom, Internet Max, Combo Fit, OMG! Nonton, Roamax Haji, Kuota Kelurga.

Berikut ini *top brand index* provider pada tahun 2021 sampai tahun 2023:

**Tabel I-1**  
**Top Brand Index Provider**

No	Merek	Top Brand Index			TOP
		2021	2022	2023	
1	Telkomsel Prabayar	9.90%	19.20%	38.20%	TOP
2	IM3	16.30%	16.70%	19.00%	TOP
3	Three 3	13.00%	13.00%	13.00%	TOP
4	XL	13.70%	13.60%	12.90%	

Sumber: [www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com), 2023

Berdasarkan tabel 1-1, menunjukkan bahwa presentase *Top Brand Index* provider kartu Telkomsel Prabayar dari tahun 2021-2023 mengalami kenaikan. Tahun 2021 mendapatkan hasil 9.90%, tahun 2022 mendapat hasil sebesar 19.20%, tahun 2023 mendapat hasil 38.20%. Telkomsel Prabayar pada tahun 2021, 2022, 2023 mendapatkan TOP pertama dengan hasil terbesar dibandingkan dengan merek provider kartu lain.

Perpindahan merek merupakan satu hal yang terjadi jika konsumen tertarik terhadap produk baru yang hadir dan diakibatkan adanya rasa

ketidakpuasan pada suatu produk. Pilihan produk yang berbagai macam ditawarkan oleh produsen memberi kesempatan bagi konsumen untuk melakukan perpindahan merek dari satu produk ke produk lain. Menurut Edho (2011) (dalam Widyaningrum *et al.*, 2022), perilaku perpindahan merek yaitu perilaku konsumen yang melakukan pembelian suatu produk dengan merek yang berbeda dari merek yang biasanya dibeli oleh konsumen.

Tingginya aktivitas kehidupan masyarakat menggunakan jaringan internet tidak kemungkinan sedikit mengalami keluhan perihal provider kartu yang digunakan, hingga dapat menyebabkan perpindahan merek dari satu ke yang lain. Keluhan yang dirasakan yaitu seperti sinyal yang tidak stabil, tidak semua lokasi terdapat sinyal sehingga masyarakat harus mencari tempat untuk mendapatkan sinyal. Selain itu juga dalam pembelian kuota tidak banyak varian paket data, sehingga dalam pembelian tidak sesuai dengan harapan atau kebutuhan.

Seperti halnya dari perpindahan provider kartu prabayar dari XL ke Telkomsel, perpindahan tersebut dipicu karena adanya rasa ketidakpuasan pada produk XL. Masyarakat merasakan adanya ketidakpuasan pada kartu XL yaitu mengenai jaringan yang lambat dan tidak semua lokasi terdapat jaringan XL. Selain itu kualitas baik produk maupun layanan kurang memuaskan seperti cip pada sim card mudah rusak, *slow respon*, *customer service* kurang tanggap dan call center lama terhubung dengan agent *customer service*. Pada provider kartu XL variasi kuota yang diperoleh tidak terlalu banyak paketan, sehingga kartu tersebut kurang diminati. Dengan

adanya fenomena tersebut konsumen beralih ke provider kartu Telkomsel Prabayar yang dimana jaringan sudah tercover sinyalnya disemua daerah dengan kekuatan sinyal yang tidak diragukan lagi. Produk cip pada sim card kartu Telkomsel tidak mudah rusak dan layanan customer service yang responsif. Variasi yang terdapat pada provider kartu Telkomsel Prabayar sangat beragam.

Dari fenomena tersebut, penulis melakukan observasi kepada 30 responden di Kabupaten Kebumen untuk mengetahui perpindahan provider kartu prabayar. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan menyatakan hasil sebagai berikut :

**Tabel I-2**  
**Hasil Observasi Perpindahan Provider Kartu Prabayar di Kabupaten Kebumen**

<b>Provider Kartu Prabayar</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase</b>
XL ke Telkomsel	12	40%
Telkomsel ke XL	8	27%
M3 ke Indosat	5	17%
Indosat ke XL	3	10%
3 ke Telkomsel	2	6%
<b>Jumlah</b>		100%

*Sumber : Hasil Observasi Perpindahan Provider 2023*

Berdasarkan tabel I-2 hasil observasi penulis mengenai pilihan perpindahan provider kartu prabayar terlihat bahwa 12 orang responden memilih perpindahan XL ke Telkomsel, 8 orang responden memilih perpindahan Telkomsel ke XL, 5 orang responden memilih perpindahan M3 ke Indosat, 3 orang responden memilih perpindahan Indosat ke XL sedangkan perpindahan 3 ke Telkomsel 2 orang responden yang memilih. Dapat disimpulkan bahwa perpindahan provider kartu prabayar terbanyak adalah

XL ke Telkomsel. Berikut faktor-faktor yang mempengaruhi pengguna melakukan perpindahan merek provider kartu prabayar di Kabupaten Kebumen :

**Tabel I-3**  
**Faktor yang Mempengaruhi Perpindahan Merek di Kabupaten Kebumen**

Variabel	Pernyataan	Jumlah	Presentase
Kualitas Layanan	Kualitas layanan yang masih kurang baik	8	27%
Ketidakpuasan	Kualitas produk jaringan dan layanan yang tidak memuaskan	7	23%
Pencarian varias	Kurangnya variasi paket kuota	5	17%
Kualitas Produk	Kualitas produk yang tidak sesuai harapan	5	17%
Harga	Harga kartu yang terjangkau	4	13%
Promo	Minimnya Promo yang diadakan	1	3%
<b>Jumlah</b>		<b>30</b>	<b>100%</b>

*Sumber* : Observasi 2023

Berdasarkan data tabel I-3 observasi diatas, yang dilakukan kepada 30 responden faktor yang mempengaruhi perpindahan merek yaitu sebanyak 8 responden memilih kualitas layanan karena kualitas layanan yang masih kurang baik, 7 repsonden memilih ketidakpuasan karena kualitas produk jaringan dan layanan yang tidak memuaskan, 5 responden memilih pencarian variasi karena kurangnya variasi paket kuota, 5 responden memilih kualitas produk karena kualitas produk yang tidak sesuai harapan, 4 responden memilih harga karena harga yang terjangkau dan 1 responden memilih promo karena minimnya promo yang diadakanharga. Dengan adanya data observasi tersebut faktor yang paling banyak dipilih yaitu ketidakpuasan, kualitas produk, pencarian variasi dan kualitas layanan.

Konsumen yang memiliki rasa tidak puas terhadap kualitas produk, kualitas layanan dan variasi paket data yang ditawarkan akan berusaha mengurangi ketidakpuasan tersebut dengan cara membuangnya atau mengurangi ketidakpuasan dengan mencari informasi yang bisa memperkuat nilai produk tersebut. Seperti halnya pada masyarakat banyak merasa tidak puas pada provider XL Prabayar, baik dari segi kualitas produk, kualitas pelayanan yang masih kurang bagus dan variasi paket data yang minim. Berbeda dengan Telkomel yang sudah bagus kualitas produk dan layanan, tentunya paket data terdapat bervariasi. Sesuai dengan pendapat dari Febiastuti (2018) (dalam Ieriyanty & Listiana, 2022), ketidakpuasan adalah suatu keadaan dimana pengharapan konsumen tidak sama atau lebih tinggi daripada kinerja yang diterimanya dari pemasar. Maka untuk mengetahui seorang konsumen merasa puas atau tidak, tergantung pada kinerja produk dibanding dengan ekspektasi dari konsumen. Ketika kinerja suatu produk lebih rendah dibanding ekspektasi, maka konsumen tersebut akan merasa tidak puas.

Menurut Lupiyoadi (2009) (dalam Widyaningrum *et al.*, 2022), kualitas produk adalah sejauh mana produk memenuhi spesifikasi-spesifikasinya. Kualitas produk mendapat perhatian lebih dari perusahaan, karena dapat mendukung rencana jangka panjang suatu perusahaan untuk memperluas pasarnya. Faktor kualitas produk yang baik harus diperhatikan perusahaan karena kualitas produk yang baik dapat meningkatkan kredibilitas perusahaan, meningkatkan kepuasan konsumen dan pelanggan, serta



membawa manfaat yang signifikan bagi perusahaan. Bagi Masyarakat, kualitas produk merupakan hal utama yang harus diperhatikan dalam pemilihan penggunaan. Kualitas yang baik akan menimbulkan masyarakat untuk menggunakan, seperti halnya kualitas pada provider kartu Telkomsel Prabayar. Jaringan yang stabil, sinyal sudah tercover disemua daerah dan kartu yang tidak mudah rusak menjadikan kualitas jauh lebih baik dibandingkan pada produk provider kartu XL Prabayar. Hal tersebut didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Anisa & Harti, 2015) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh secara positif signifikan terhadap perilaku beralih merek. Dengan adanya hal tersebut semakin meningkatnya kualitas produk dilakukan oleh telkomsel maka semakin tinggi perilaku beralih konsumen untuk beralih merek ke provider kartu Telkomsel Prabayar.

Faktor lainnya yang bisa mempengaruhi perpindahan merek adalah kebutuhan mencari variasi. Menurut Wulandari (2013) (dalam Wibowo, 2020), kebutuhan mencari variasi adalah stimulus pada diri konsumen yang cenderung ingin melakukan pembelian pada merek lain yang inovatif karena pengalaman kejenuhan mengkonsumsi suatu produk. Pendapat Wulandari sejalan dengan pendapat dari Setyaningrum (2015) (dalam Wibowo, 2020), menguraikan bahwa pencarian variasi dalam diri konsumen sejatinya merupakan komitmen yang hadir secara sadar untuk mengkonsumsi merek lain. Kesadaran dalam diri konsumen memicu rasa ingin tahu terhadap produk baru untuk mencari kesenangan dan melepaskan kejenuhan dari merek yang



biasa dipakainya. Variasi yang minim pada produk provider kartu XL Prabayar menjadikan masyarakat beralih ke provider kartu Telkomsel Prabayar. Hal tersebut menjadikan masyarakat merasa jenuh karena variasi paket data yang hanya itu saja. Dengan adanya ragam variasi yang disediakan oleh Telkomsel Prabayar masyarakat merasa kebutuhan dan keinginan yang dicari terpenuhi. Didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wibowo (2020) menyatakan bahwa adanya kebutuhan pencarian variasi berpengaruh terhadap niat berpindah merek pada konsumen.

Cara menghadapi persaingan yang sangat ketat agar perusahaan dapat bertahan, dan yang juga menjadi salah satu faktor kenapa konsumen melakukan perpindahan merek yaitu dengan memperhatikan kualitas pelayanan kepada pelanggan. Menurut Tjiptono (2014) (dalam Widyaningrum *et al.*, 2022), kualitas layanan yaitu suatu perbandingan antara tingkat layanan yang didapatkan dari suatu perusahaan dengan ekspektasi yang diharapkan oleh pelanggan. Terwujudnya kualitas pelayanan dapat tercapai dari pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan dari apa yang diinginkan pelanggan dalam menyamakan atau melebihi harapan pelanggan. Kualitas layanan yang di rasakan masyarakat terhadap provider kartu XL Prabayar yang masih kurang menimbulkan rasa untuk perpindahan merek. *Slow respon, customer service* yang kurang tanggap, dan *call center* lama terhubung ke *customer service* menjadikan masyarakat berpindah merek karena tingkat layanan yang didapatkan tidak terwujud sesuai dengan ekspektasi. Berbeda dengan kualitas layanan yang diberikan

oleh *provider* kartu Telkomsel Prabayar, *customer* yang responsive dan cepat tanggap menjadikan masyarakat berpindah merek ke Telkomsel Prabayar. Hal tersebut didukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tamon (2019), menunjukkan bahwa kualitas layanan merupakan salah satu faktor signifikan yang mempengaruhi pelanggan perubahan merek.

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan diatas dan hasil observasi yang telah dilakukan maka penulis tertarik untuk melaksanakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Ketidakpuasan, Kualitas Produk, Pencarian Variasi, dan Kualitas Layanan terhadap Perpindahan Merek Provider Kartu Prabayar”**.

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena yang didapatkan di masyarakat bahwa makin banyaknya mereka melakukan perpindahan provider dikarenakan alasan kualitas produk yang kurang memuaskan, variasi paket data yang minim, kualitas layanan yang kurang memuaskan maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang Pengaruh Ketidakpuasan, Kualitas Produk, Pencarian Variasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Perpindahan Merek Provider Kartu Prabayar, sehingga pada penelitian ini penulis memberi judul **“Pengaruh Ketidakpuasan, Kualitas Produk, Pencarian Variasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Perpindahan Merek Provider Kartu Prabayar”**.

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka yang menjadi permasalahannya adalah sebagai berikut :

1. Apakah ketidakpuasan berpengaruh terhadap perpindahan merek provider kartu prabayar pada masyarakat di Kabupaten Kebumen?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap perpindahan merek provider kartu prabayar pada masyarakat di Kabupaten Kebumen?
3. Apakah pencarian variasi berpengaruh terhadap perpindahan merek provider kartu prabayar pada masyarakat di Kabupaten Kebumen?
4. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap perpindahan merek provider kartu prabayar pada masyarakat di Kabupaten Kebumen?
5. Apakah ketidakpuasan, kualitas produk, pencarian variasi, dan kualitas layanan berpengaruh secara simultan terhadap perpindahan merek provider kartu prabayar pada masyarakat di Kabupaten Kebumen?

### **1.3. Batasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas dan untuk menghindari meluasnya permasalahan maka penelitian ini dibatasi pada :

1. Penelitian ini dilakukan pada masyarakat Kebumen yang pernah menggunakan provider kartu prabayar XL dan telah berpindah merek ke provider kartu Telkomsel dengan minimal batasan usia 21 tahun.
2. Masalah dalam penelitian ini membahas tentang pengaruh ketidakpuasan, pengaruh kualitas produk, pencarian variasi, dan kualitas layanan terhadap perpindahan merek. Variabel pada penelitian ini dibatasi pada :
  - a. Perpindahan Merek  
Menurut Kumar dan Charles (2011) (dalam Tamon & Tumewu, 2019), peralihan merek adalah proses dimana konsumen beralih dari

penggunaan satu produk ke produk lain tetapi dalam kategori yang sama. Menurut Tamon & Tumewu (2019), maka indikator perpindahan merek yaitu :

- a. Ketidakpuasan pasca konsumsi
  - b. Keinginan berpindah merek
  - c. Keengganan menggunakan jasa
  - d. Lebih memilih merek lain.
- b. Ketidakpuasan

Menurut Febiastuti (2018) (dalam Ieriyanty & Listiana, 2022), ketidakpuasan adalah suatu keadaan dimana pengharapan konsumen tidak sama atau lebih tinggi daripada kinerja yang diterimanya dari pemasar. Adapun ketidakpuasan menurut Wulandari (2013) (dalam Wibowo, 2020) menguraikan indikator ketidakpuasan dalam dua aspek, antara lain :

- a. Keluhan-keluhan yang dirasakan konsumen saat mengkonsumsi suatu produk/merek
  - b. Ketidaksesuaian atas kualitas terhadap suatu merek yang menimbulkan ketidakpuasan konsumen.
- c. Kualitas Produk

Menurut Lupiyoadi (2009) (dalam Widyaningrum *et al.*, 2022), kualitas produk adalah sejauh mana produk memenuhi spesifikasi-spesifikasinya. Menurut Lupiyoadi (2009) (dalam Widyaningrum *et*

*al.*, 2022) menentukan dimensi kualitas produk, dapat dilakukan melalui delapan dimensi sebagai berikut :

- a. Kinerja (*Performance*)
  - b. Keistimewaan produk (*Feature*)
  - c. Reliabilitas/Keandalan (*Reliability*)
  - d. Kesesuaian (*Conformance*)
  - e. Ketahanan (*Durability*)
  - f. Kemampuan pelayanan (*Service Ability*)
  - g. Estetika (*Aesthetics*)
  - h. Kualitas yang dirasakan (*Perceived Quality*)
- d. Pencarian Variasi

Menurut Wulandari (2013) (dalam Wibowo, 2020), kebutuhan mencari variasi adalah stimulus pada diri konsumen yang cenderung ingin melakukan pembelian pada merek lain yang inovatif karena pengalaman kejenuhan mengkonsumsi suatu produk. Menurut penelitian Wulandari (2013) (dalam Wibowo, 2020), indikator untuk dapat mengukur mencari variasi, antara lain:

1. Mempertimbangkan perkembangan terkini.
  2. Kejenuhan pada produk.
  3. Tidak takut untuk berpindah merek.
- e. Kualitas Layanan
- Menurut Tjiptono (2014) (dalam Widyaningrum *et al.*, 2022), kualitas layanan yaitu suatu perbandingan antara tingkat layanan yang

didapatkan dari suatu perusahaan dengan ekspektasi yang diharapkan oleh pelanggan. Menurut Tjiptono (2014) (dalam Widyaningrum *et al.*, 2022), ada lima faktor dominan atau penentu kualitas layanan, yaitu :

1. Berwujud (*Tangible*)
2. Empati (*Empathy*).
3. Cepat tanggap (*Responsiveness*)
4. Keandalan (*Reliability*)
5. Kepastian (*Assurance*)

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian merupakan sebuah arahan yang menjadi pedoman pada setiap penelitian untuk menemukan jawaban atas permasalahan penelitian yang dirumuskan, oleh karenanya tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh ketidakpuasan terhadap perpindahan merek provider kartu Prabayar pada masyarakat di Kabupaten Kebumen.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap perpindahan merek provider kartu Prabayar pada masyarakat di Kabupaten Kebumen.
3. Untuk mengetahui pengaruh pencarian variasi terhadap perpindahan merek provider kartu Prabayar pada masyarakat di Kabupaten Kebumen.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap perpindahan merek provider kartu Prabayar pada masyarakat di Kabupaten Kebumen.

5. Untuk mengetahui pengaruh ketidakpuasan, kualitas produk, pencarian variasi, dan kualitas layanan berpengaruh simultan terhadap perpindahan merek provider kartu prabayar pada masyarakat di Kabupaten Kebumen.

## **1.5. Manfaat Penelitian**

### **A. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat teoritis sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan sebagai tambahan pengetahuan bagi para peneliti lainnya dimasa yang akan datang di bidang pemasaran, terutama mengenai ketidakpuasan, kualitas produk, pencarian variasi dan kualitas layanan. Khususnya tentang ilmu perilaku konsumen yang fokus pada bahasan perpindahan merek.
2. Sebagai sumbangan pustaka ilmiah dalam bidang pemasaran, khususnya di bidang perilaku konsumen yang membahas mengenai perpindahan merek.

### **B. Manfaat Praktis**

1. Manfaat bagi Perusahaan, penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar perkembangan dalam menentukan strategi pemasaran khususnya yang berkaitan dengan ketidakpuasan, kualitas produk, pencarian variasi, dan kualitas layanan terhadap perpindahan merek provider kartu prabayar.
2. Manfaat bagi Peneliti, sebagai suatu pengalaman belajar dalam kegiatan penelitian sehingga dapat melakukan komparasi antar teori dan kenyataan lapangan.



3. Manfaat bagi Pembaca, memberikan informasi yang berguna bagi penelitian yang akan datang sehingga bermanfaat bagi masyarakat luas.

