

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Masyarakat di seluruh dunia kini dapat mengakses berbagai kemudahan akibat kemajuan teknologi informasi. Orang dapat belajar lebih banyak dan berbuat lebih banyak berkat teknologi informasi. Internet dikembangkan dengan menggunakan teknologi informasi. *Interconnection in a Network* adalah singkatan dari Internet, yang merupakan jaringan komunikasi global yang menghubungkan miliaran pengguna melalui *Transmission Control Protocol/Internet Protocol Suite* (TCP/IP sebagai protokol komunikasi packet-switched) global. Istilah Internet adalah memiliki kepanjangan dari *Inter-connection in a Network*. Internet sejauh ini ialah hal yang paling banyak digunakan. Karena proliferasi orang yang menggunakan internet, budaya khusus untuk internet secara keseluruhan telah muncul.

Siapa di antara kita yang tidak menggunakan internet di zaman sekarang ini? Penggunaan internet sudah meluas. Dari semua kalangan usia memanfaatkan internet. Internet saat ini merupakan jaringan informasi komputer yang paling luas di seluruh dunia, dan penggunaannya diperkirakan terus meningkat (Alwan Wibawanto 2018: 194).

Sebelum dapat mengakses internet, seseorang harus terlebih dahulu melakukan pembelian kuota data. Kata "kuota data" mengacu pada batasan yang telah ditentukan sebelumnya yang ditempatkan pada paket klien oleh penyedia atau operator layanan Internet yang melaluinya pelanggan dapat mengakses Internet. Batas ini dapat berkisar dari beberapa gigabyte hingga beberapa terabyte. Server proxy sangat penting

untuk terhubung ke internet, terutama bagi orang yang menggunakan ponsel cerdas. Pengguna tidak akan diizinkan mengakses internet hingga kuota ditetapkan. Meningkatnya jumlah orang yang menggunakan Internet berkorelasi langsung dengan meningkatnya permintaan akan layanan terkait Internet. Fakta bahwa harga internet semakin penting dan semakin mudah didapat adalah salah satu peluang bisnis yang dapat ditemukan dalam menjual biaya internet. Peluang lainnya adalah kenyataan bahwa biaya internet semakin mahal. Mereka telah mencapai banyak kesuksesan di pasar dengan beroperasi sebagai distributor, agen instalasi, atau vendor internet. Pelanggan memiliki pilihan untuk membeli pulsa internet serta cicilan bulanan di titik penjualan, yang juga disebut sebagai meteran kredit cicilan.

Persaingan meningkat. Permintaan pasar membantu pengusaha konstruksi mendapatkan pelanggan. Wijanto dalam Mardizal mendefinisikan harga sebagai harga pokok suatu produk (2016:25). Manajer harus memahami bagaimana harga mempengaruhi persepsi konsumen Mardizal (2016): 25 wanita dan anak di bawah umur. Harga juga adalah aspek penting dalam profitabilitas bisnis; setiap pelaku usaha berusaha mencapai harga yang murah untuk mengalahkan pesaingnya. Kebijakan harga perusahaan ialah potongan harga untuk mendongkrak penjualan. Untuk memakai harga secara efisien, organisasi harus membuat rencana yang baik sebelum menerapkan promosi dan strategi penetapan harga, dengan mempertimbangkan semua elemen yang relevan.

Menurut Tjiptono (2016: 59), Kebutuhan klien menentukan kualitas layanan. Kualitas layanan menentukan kepuasan pelanggan. Kualitas layanan ialah ketika produk, orang, prosedur, dan lingkungan memenuhi ataupun melampaui harapan konsumen. Untuk bertahan hidup,

perusahaan harus memberi pelayanan yang baik, terlepas dari apakah secara berkala dapat melebihi harapan konsumen.

Penghitung Sel Primer punya ini. Konsumen sering meminta bimbingan tanpa membeli. Terkadang koneksi data berhenti beroperasi meskipun kuota penuh. Mentransfer data (nomor kontak, WhatsApp, Facebook) dari ponsel lama ke baru membuat pengguna lebih bahagia. Lebih banyak harapan terpenuhi, konsumen lebih bahagia.

Sebuah bisnis harus punya strategi konsumen untuk bertahan dan berkembang. Pelanggan yang puas membeli berulang kali. Bisnis harus memberi layanan hebat untuk menyenangkan pelanggan. Konsumen harus membentuk obligasi. dengan organisasi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dengan meminimalkan pertemuan negatif. Dengan demikian, urutan tersebut terkait dengan investigasi “Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Loker Pratama Sel Kureksari”.

Pelayanan dan kinerja menentukan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan meliputi perhatian, keamanan, empati, dan keindahan. Apabila terjadi gap, maka kelima elemen kualitas pelayanan yang paling mempengaruhi kepuasan pelanggan mempengaruhi kepuasan pasien (Tjiptono , 2017: 119)

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas, maka penulis dapat merumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah Variabel Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di konter Pratama Cell Kureksari?
2. Apakah Variabel *reliability* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di konter Pratama Cell Kureksari?

3. Apakah Variabel *responsiveness* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di konter Pratama Cell Kureksari?
4. Apakah Variabel *assurance* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di konter Pratama Cell Kureksari?
5. Apakah Variabel *empathy* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di konter Pratama Cell Kureksari?
6. Apakah Variabel *tangibles* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di konter Pratama Cell Kureksari?
7. Apakah Variabel harga, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen di konter Pratama Cell Kureksari?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan ringkasan sebelumnya, jadi dilaksanakan dengan tujuan sebagai untuk :

1. Mengkaji pengaruh variabel harga terhadap kepuasan konsumen di konter Pratama Cell Kureksari
2. Mengkaji pengaruh variabel *reliability* terhadap kepuasan konsumen di konter Pratama Cell Kureksari
3. Mengkaji pengaruh variabel *responsiveness* terhadap kepuasan konsumen di konter Pratama Cell Kureksari
4. Mengkaji pengaruh variabel *assurance* terhadap kepuasan konsumen di konter Pratama Cell Kureksari
5. Mengkaji pengaruh variabel *empathy* terhadap kepuasan konsumen di konter Pratama Cell Kureksari
6. Mengkaji pengaruh variabel *tangibles* terhadap kepuasan konsumen di konter Pratama Cell Kureksari

7. Mengkaji pengaruh variabel harga, reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan *tangibles* secara bersama terhadap kepuasan konsumen di konter Pratama Cell Kureksari

1.4 Manfaat Penelitian

Lalu observasi ini diharapkan dapat memberi manfaat yakni:

1. Aspek akademis

Hal ini bermanfaat untuk penelitian ilmiah, terutama dalam hal dampak faktor-faktor seperti harga dan kualitas layanan terhadap tingkat kesenangan yang dialami pelanggan.

2. Aspek pengembangan keilmuan

Temuan penelitian ini berpotensi untuk meningkatkan pendidikan, khususnya dalam penerapan model pembelajaran di kelas agar siklus belajar dan hasil belajar lebih terkendali.

3. Aspek Praktis

- a) Bagi Penulis

Harga dan pelayanan Kureksari Pratama Counter mempengaruhi kebahagiaan customer.

- b) Bagi peneliti lain

Bisa juga menginspirasi penelitian selanjutnya tentang variabel harga dan kualitas kepuasan customer.

- c) Bagi perusahaan

Observasi ini untuk meningkatkan layanan mereka dan menjadi lebih sukses kedepannya.