

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Gambaran Objek**

##### **1.1.1. Profil Perusahaan**

PT Indonesia Comnets Plus (ICON+) merupakan entitas anak PT PLN (Perseroan) yang bergerak pada jasa telekomunikasi, yang berdiri pada tahun 2000 yang dimana mulai bisnis dengan mendirikan *Network Operation Center* yang berlokasi di Gandul, Cinere. Awalnya, PT Indonesia Comnets Plus berfokus pada penyedia jaringan, layanan dan konten telekomunikasi untuk PT PLN. Namun, sejalan dengan kebutuhan industri akan jaringan telekomunikasi dengan ketersediaan yang konstan, ICON memperluas bisnisnya dengan mendistribusikan kelebihan kapasitas jaringan telekomunikasi serat optik milik PT PLN di Jawa, Bali, Sumatera, Kalimantan dan Papua. Untuk kebutuhan masyarakat, ICON bekerjasama dengan perusahaan dan organisasi, terutama yang operasionalnya membutuhkan jaringan telekomunikasi yang luas dan handal.

ICON saat ini memiliki lebih dari 2.200 pelanggan, termasuk dalam organisasi pemerintahan, bisnis dan operator di seluruh Indonesia dengan layanan 24 jam dengan 10 kantor komersial yang strategis dan lebih dari 69,00 km jaringan serat optik yang dimiliki oleh PT ICONNETS PLUS. ICON akan terus berkembang dan terus tumbuh sebagai penyedia layanan internet yang semakin andal yang dapat memberikan pengalaman terbaik bagi setiap pelanggannya.

PT Indonesia Comnets Plus memiliki lima produk dan salah satunya adalah Iconnet yang merupakan suatu layanan internet fiber optic dari anak perusahaan PLN yang memiliki nama PT Indonesia Comnets Plus (ICON), selain internet fiber unlimited, Iconnet juga menyediakan layanan internet + TV.

### 1.1.2. Logo Perusahaan

PT Indonesia comnets plus memiliki logo perusahaan sebagai berikut:



**Gambar 1. 1 Logo Iconnet**

Sumber: <https://Iconnet.id/> diakses pada 1 November 2022

### 1.1.3. Visi Dan Misi Perusahaan

#### a. Visi:

“Menjadi penyedia solusi TIK terkemuka di Indonesia berbasis jaringan melalui pemanfaatan aset strategis”.

#### b. Misi:

- 1) Memberikan layanan TIK yang terbaik di kelasnya kepada pelanggan guna meningkatkan nilai perusahaan.
- 2) Memenuhi kebutuhan dan harapan PT PLN secara proaktif dengan menyediakan solusi-solusi TIK yang inovatif dan memberikan nilai tambah.
- 3) Membangun organisasi pembelajaran yang berkinerja tinggi untuk mendorong perusahaan mencapai bisnis yang unggul dan menjadi pilihan bagi talenta-talenta terbaik
- 4) Memberi kontribusi terhadap perkembangan telekomunikasi nasional.

### 1.1.4. Nilai-nilai Perusahaan

#### a. *Integrity*

Jujur, tulus dan dapat dipercaya dalam berpikir, berkata dan bertindak.

#### b. *Care*

Bersikap peduli, berempati dan responsif dalam memberikan pelayanan yang melebihi harapan stakeholder.

#### c. *Open mind*

Bersikap objektif dan komunikatif untuk mencapai kinerja yang lebih baik dan bertindak.

d. *Innovation*

Kreatif dalam segala hal untuk menghasilkan nilai tambah bagi stakeholder (pemegang saham, pelanggan, karyawan, pemerintah).

e. *Teamwork*

Bersinergi dan bekerja sama untuk membentuk tim pemenang dan menghasilkan kinerja yang maksimal.

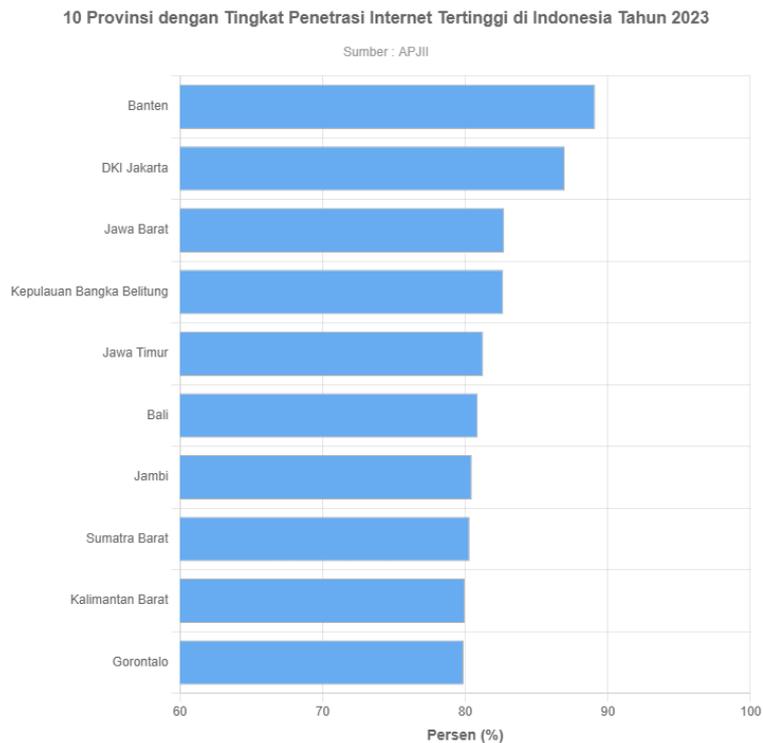
f. *Excellent*

Bekerja cerdas dan persisten untuk menghasilkan kualitas terbaik dalam mendukung keberhasilan perusahaan.

## **1.2. Latar Belakang**

Di era globalisasi dan digitalisasi saat ini, kebutuhan masyarakat semakin beragam, tidak hanya dalam bentuk barang tetapi juga dalam bentuk jasa (Melina Utami Handayani & Pusporini, 2019). Dengan perkembangan teknologi yang pesat dan sadar akan pentingnya mendapatkan informasi membuat banyak orang membutuhkan internet sebagai alternatif untuk dapat mengakses informasi. Hampir semua bidang kehidupan manusia dipengaruhi oleh teknologi yang mengubah gaya hidup masyarakat yang lebih modern. Salah satu aspek yang mempengaruhi adalah media komunikasi dan sistem informasi, tidak terkecuali perkembangan bisnis dan pemasaran. Perkembangan teknologi yang banyak digunakan masyarakat adalah internet. Dengan adanya teknologi semakin memudahkan para penggunanya dalam

mencari informasi, melakukan kegiatan komunikasi dan memperluas kegiatan bisnis (Yunita, et al, 2019).



**Gambar 1.2 Data Provinsi Pengguna Internet Tertinggi**

Sumber data.goodstats.id 2023

Berdasarkan hasil survei asosiasi penyelenggara jasa internet indonesia (APJII), pengguna internet di indonesia mencapai 215,63 juta orang pada periode 2022-2023. Jumlah tersebut meningkat 2,67% dibandingkan pada periode sebelumnya sebanyak 210,03 juta pengguna. Jumlah pengguna internet tersebut setara dengan 78,19% dari total populasi indonesia yang sebanyak 275,77 juta jiwa. Bila dibandingkan dengan periode sebelumnya tingkat pengguna internet pada tahun ini mengalami peningkatan sebesar 1,17% dibandingkan pada tahun 2021-2022 yang sebesar 77,02%. Mengacu pada gambar 1.3, provinsi dengan tingkat penggunaan internet terbesar yakni di provinsi Banten setinggi 89,10%, DKI Jakarta setinggi 86,96%, Jawa Barat setinggi 82,73%, Kepulauan Bangka Belitung setinggi 82,66%, Jawa Timur setinggi 81,26%, Bali setinggi 80,88%, Jambi setinggi 80,46%, Sumatera Barat setinggi 80,31%, Kalimantan Barat setinggi 79,96% dan Gorontalo setinggi 79,88%. Internet saat ini mendapatkan julukan jantungnya era informasi atau induk dari semua jaringan komunikasi yang tersebar di seluruh dunia yang dapat

menghubungkan sebuah media elektronik dengan media elektronik lainnya. Karena kehadiran internet yang mendapatkan respon baik dari masyarakat sehingga dimanfaatkan oleh perusahaan industri telekomunikasi yang menjalankan bisnisnya dalam penyedia jasa internet.

Menurut Asosiasi penyelenggara jasa internet Indonesia (APJII), Industri layanan internet fixed boardband di Indonesia semakin kuat dan menunjukkan bahwa pertumbuhan yang kuat dan ekspansi jaringan yang signifikan oleh sejumlah provider. Fokus utama dari persaingan bisnis layanan internet ini adalah peningkatan kualitas layanan dan pengenalan paket yang inovatif untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. (kontan.co.id). berdasarkan survei APJII tahun 2023, IndiHome mendominasi pasar layanan fixed broadband di Indonesia dengan market share sebesar 54,21% jauh melebihi pesaing terdekatnya. Berikut jumlah total pelanggan dimasing-masing provider menurut data APJII:

**Tabel 1.1 Jumlah Pelanggan Berdasarkan Provider**

IndiHome	8,08 juta pelanggan
First Media	475.000 pelanggan
My Republic	435.000 pelanggan
Iconnet	398.000 pelanggan

Sumber: industri.kontan.co , 2023

Kebutuhan masyarakat akan akses internet yang tinggi menyebabkan persaingan antar penyedia internet (provider) semakin ketat, baik melalui promosi, harga, Kualitas Produk maupun Kualitas Pelayanan yang maksimal dengan harapan dapat menarik minat konsumen agar menggunakan produk milik mereka. Iconnet yang merupakan salah satu produk dari PT ICON+ yang berfokus memberi layanan jaringan internet dan TV kabel. Provider Iconnet adalah provider termurah dibandingkan dengan provider pesaing lainnya, yang dapat di lihat pada tabel berikut:

**Tabel 1.1 Daftar Harga Paket Termurah Provider Internet**

<b>Provider</b>	<b>Harga Paket Per Bulan</b>
First Media	Rp. 399.000
MNC Play	Rp. 339.000
Myrepublic	Rp. 307.000
CBN Fiber	Rp. 299.000
Indihome	Rp. 275.000
Biznet	Rp. 250.000
Iconnet	Rp. 185.000

Sumber: rumah.com (2022)

**Tabel 1.2 Daftar Perbandingan Harga Paket Internet Kecepatan 100 Mbps**

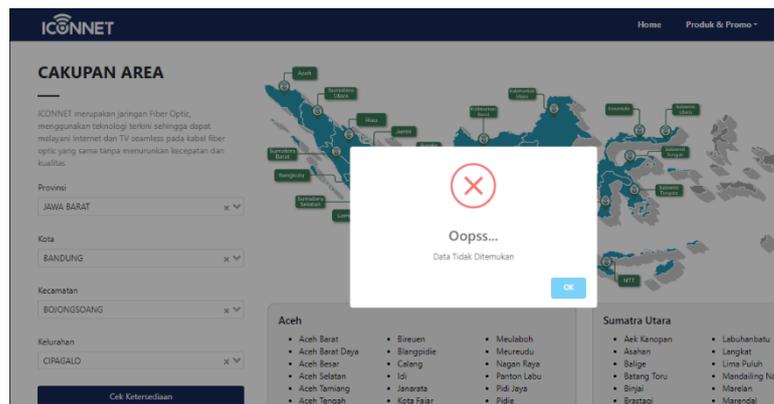
<b>Provider</b>	<b>Kecepatan (Mbps)</b>	<b>Harga per Bulan</b>
CBN Fiber	100 Mbps	Rp. 799.000
Indihome	100 Mbps	Rp. 795.000
MyRepublic	100 Mbps	Rp. 639.000
Biznet	100 Mbps	Rp. 575.000
Iconnet	100 Mbps	Rp. 427.000

Sumber: cbn.id , indihome.co.id , myrepublic.co.id , biznetnetworks.com, iconnet.id

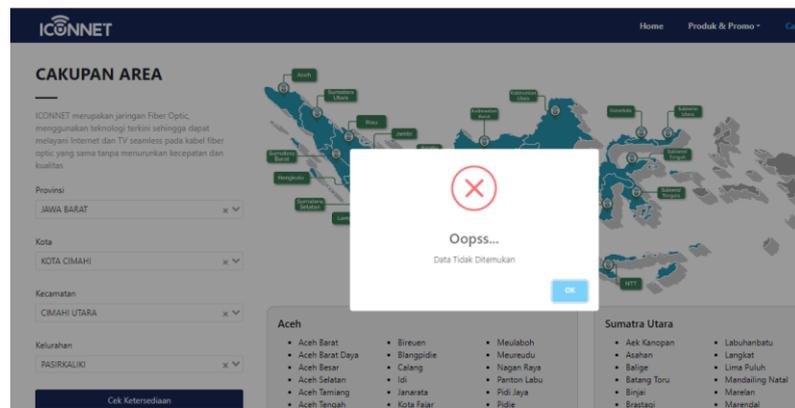
Berdasarkan info yang disajikan pada Tabel 1.1, terlihat bahwa jenis paket termurah dapat ditemukan pada Iconnect yakni seharga Rp 185.000. Pada paket tersebut ditawarkan full fiber to the home dengan kecepatan 10 Mbps (sumber: iconnet.id). Iconnect juga tetap menjadi provider dengan harga termurah ketika dibandingkan dengan provider internet lainnya pada jenis paket yang sama yaitu kecepatan 100Mbps (Tabel 1.2).

Meskipun Iconnet merupakan perusahaan telekomunikasi dengan harga paket internet paling murah, provider ini memiliki beberapa kendala yang mengakibatkan Iconnet masih dibebani tugas seperti area jangkauan yang masih sangat minim. Sehingga mengakibatkan beberapa masyarakat di Bandung Raya yang ingin berlangganan dengan Iconnet harus sedikit bersabar untuk menunggu perluasan area cangkupan hingga ke daerahnya. Hal ini dapat dilihat pada Gambar 1.3 hingga gambar 1.11 yang menunjukkan bahwa tidak ditemukannya Iconnet pada daerah Bojongsoang, Cimahi Utara, Dan Sumedang Selatan Namun, untuk provider lainnya yakni Biznet dan Firstmedia sudah ada di daerah tersebut.

Sumber: iconnet.id (2023)

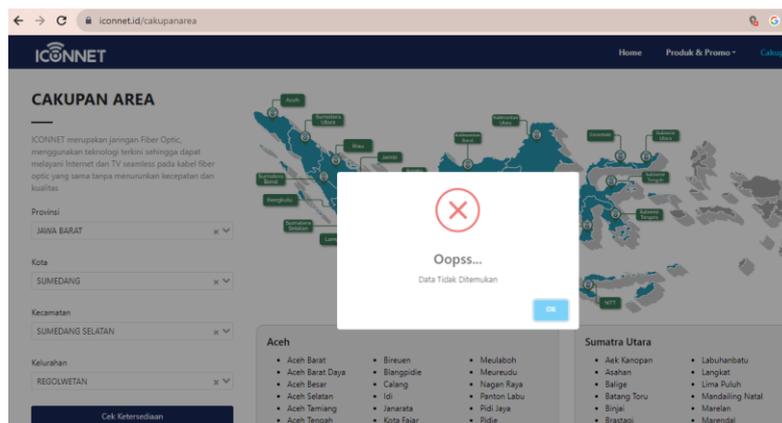


**Gambar 1.3 Cangkupan Area Iconnet di Bojongsoang Bandung**



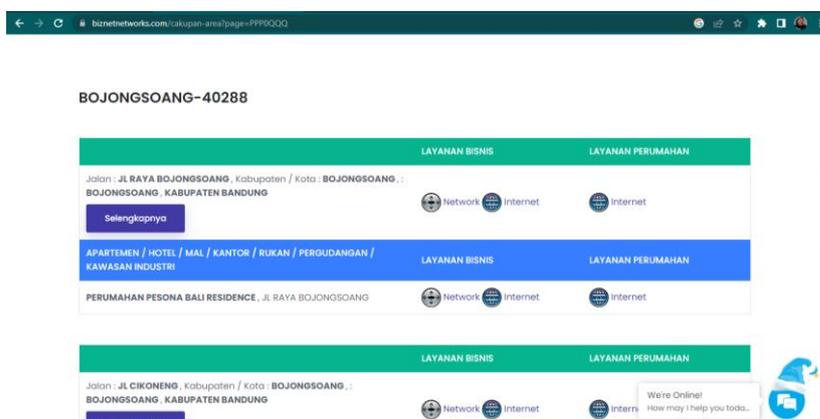
**Gambar 1.4 Cangkupan Area Iconnet Di Cimahi Utara**

Sumber: iconnet.id (2023)



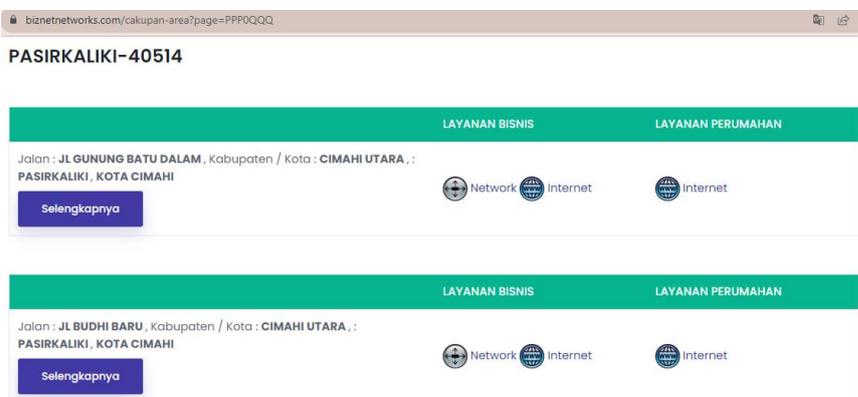
**Gambar 1.5 Cangkupan Area Iconnet Di Sumedang Selatan**

Sumber: iconnet.id (2023)



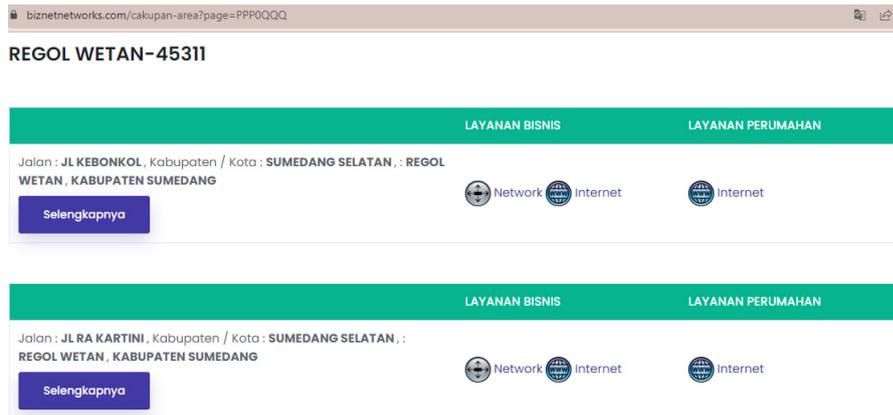
**Gambar 1.6 Cangkupan Area Biznet Di Bojongsong**

Sumber: biznetnetworks.com (2023)



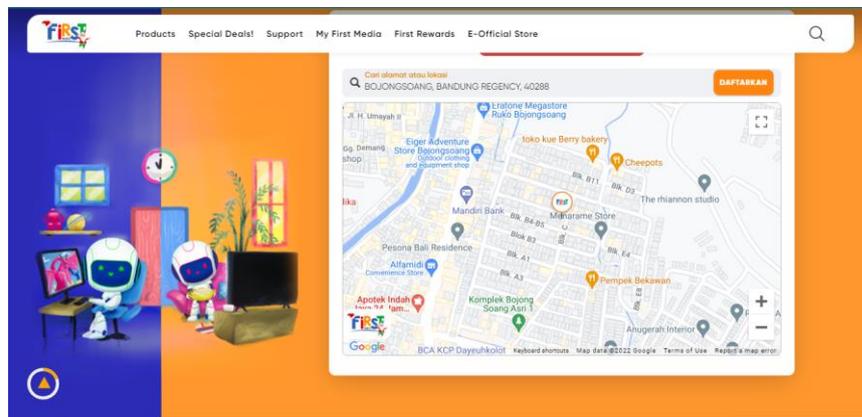
**Gambar 1.7 Cangkupan Area Biznet Di Cimahi Utara**

Sumber: biznetnetworks.com (2023)



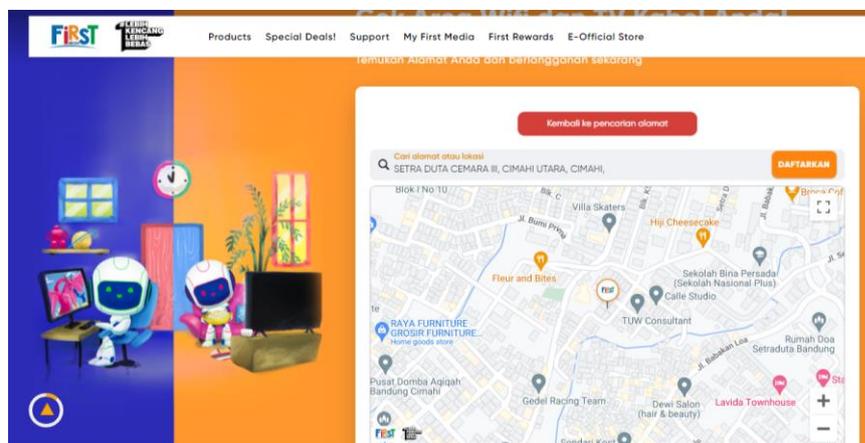
**Gambar 1.8 Cangkupan Area Biznet Di Sumedang Selatan**

Sumber: biznetnetworks.com (2023)



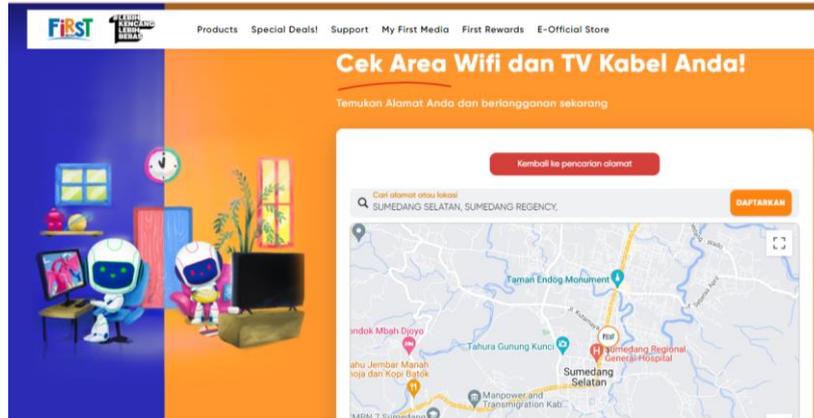
**Gambar 1.9 Cangkupan Area Firstmedia Di Bojongsong**

Sumber: firstmedia.com (2023)



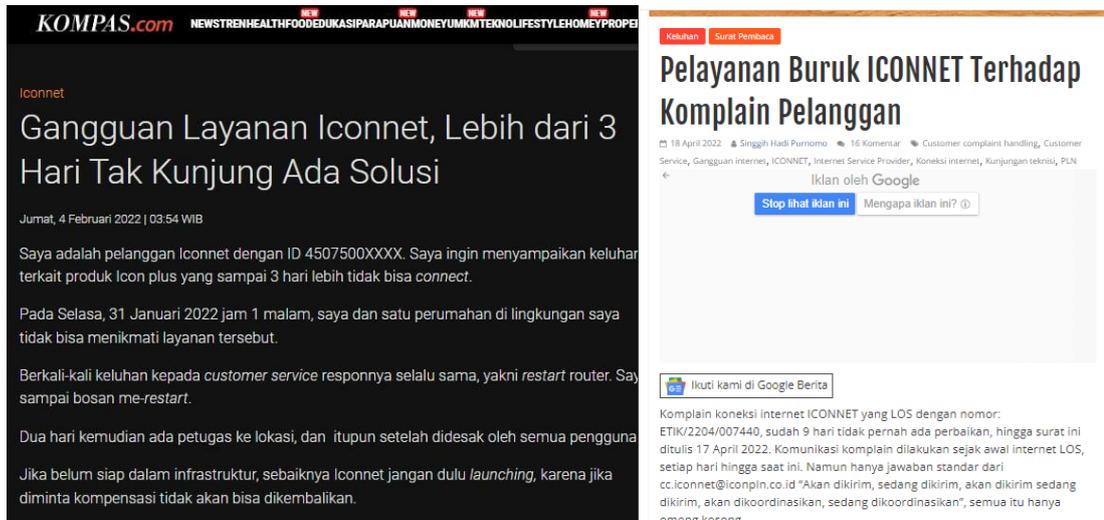
**Gambar 1.10 Cangkupan Area Firstmedia Di Cimahi Utara**

Sumber: firstmedia.com (2023)



**Gambar 1.11 Cangkupan Area Firstmedia Di Sumedang Selatan**

Sumber: firstmedia.com (2023)



**Gambar 1.12 Keluhan Yang Dirasakan Pelanggan**

Sumber: kompas.com , mediakonsumen.com (2022)

Dengan masih terbatasnya jangkauan area Iconnet hal ini menjadi salah satu masalah yang dirasakan oleh pengguna Iconnet. Berdasarkan gambar pada 1.12 menunjukkan mengenai keluhan produk Iconnet yang tidak bisa terconnect dan telah mengajukan ke costumer service namun tidak mendapatkan solusi yang membantu permasalahannya. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan tidak merasa puas dengan pelayanan dan produk yang didapat dari Iconnet tersebut. Dimana Kepuasan Pelanggan menjadi faktor penting agar pelanggan tetap memakai produk yang sama. Rasa senang atau kecewa yang dialami oleh pelanggan terhadap nilai yang didapat dari kinerja produk sesungguhnya dengan kinerja yang diinginkan disebut Kepuasan Pelanggan Kotler dan Keller (2009). Karena Kepuasan Pelanggan bersifat dinamis,



**Gambar 1.13 Keluhan pelanggan di situs X**

maka perusahaan bisnis diharapkan dapat menerapkan strategi yang dapat mewujudkan kepuasan secara konsisten bagi para pelanggannya. Kepuasan pelanggan yang benar adalah kepuasan yang akan berlanjut sehingga menciptakan rasa loyalitas pelanggan dan berujung pada meningkatnya penjualan produk atau jasa.

Dalam artikel tersebut terdapat salah satu pelanggan yang bercerita mengenai kecepatan internet yang buruk. Hal ini menunjukkan bahwa Iconnet tidak bisa menjaga Kualitas Produknya agar tetap baik, terbukti dari kecepatan yang sering lambat.

Padahal bagi pelanggan, kecepatan yang tinggi dan stabil adalah hal yang paling penting di dalam menjelajahi dunia internet.

Namun untuk mendukung penelitian ini, penulis melakukan pra-penelitian terkait kualitas pelayanan, kualitas produk, kepuasan pelanggan serta penanganan keluhan pelanggan Iconnet di wilayah Bandung Raya dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 30 responden pelanggan Iconnet. Hasil pra-penelitian ini dapat dilihat pada tabel 1.3, tabel 1.4, tabel 1.5, dan tabel 1.6 berikut ini:

**Tabel 1.3 Jawaban Pra-Penelitian Kualitas Produk**

NO.	PERNYATAAN	Sangat Tidak Setuju (STS)	Tidak setuju (TS)	Agak tidak setuju (ATS)	Agak setuju (AS)	Setuju (S)	Sangat setuju (SS)
1.	Menurut saya, kekuatan jaringan Iconnet sudah mumpuni	11,4% (4)	22,9% (8)	22,9% (8)	28,6% (10)	14,3% (5)	0% (0)
2.	Menurut saya, kualitas jaringan iconnet sudah sesuai dengan spesifikasi yang ditawarkan	0% (0)	5,7% (2)	14,3% (5)	34,4% (12)	22,9% (8)	22,9% (8)
3.	Saya jarang mengalami masalah ketika menggunakan internet Iconnet	0% (0)	0% (0)	14,3% (5)	28,6% (10)	40% (14)	17,1% (6)
4.	Menurut saya, kualitas jaringan Iconnet sudah	0% (0)	0% (0)	14,3% (5)	17,1% (6)	37,1% (13)	31,4% (11)

	sesuai dengan harganya						
5.	Menurut saya, pilihan paket internet yang tersedia di Iconnet lebih dapat memenuhi kebutuhan saya dibandingkan penyedia layanan internet lainnya	0%	0%	8,6%	25,7%	28,6%	37,1%
		(0)	(0)	(3)	(9)	(10)	(13)

Sumber: data olahan penulis (2023)

Berdasarkan hasil pra-penelitian pada tabel 1.3 diatas mengenai kualitas produk dapat terlihat bahwa nilai tertinggi dari poin 1 yang menyatakan “

- a. Hasil pra-penelitian pada poin 1 yaitu sebanyak 11,4% responden menjawab sangat tidak setuju, 22,9% responden menjawab tidak setuju, 22,9% responden menjawab agak tidak setuju, 28,6% responden menjawab agak setuju, 14,3% responden menjawab setuju dan 0% menjawab sangat setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa responden belum merasa puas dengan kekuatan jaringan yang diberikan oleh Iconnet
- b. Hasil pra-penelitian pada poin 2 yaitu sebanyak 0% responden menjawab sangat tidak setuju, 5,7% responden menjawab tidak setuju, 14,3% responden menjawab agak tidak setuju, 34,4% responden menjawab agak setuju, 22,9% responden menjawab setuju dan 22,9% menjawab sangat setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa responden sedikit merasa puas dengan kualitas jaringan yang sesuai spesifikasi oleh Iconnet.
- c. Hasil pra-penelitian pada poin 3 yaitu sebanyak 0% responden menjawab sangat tidak setuju, 0% responden menjawab tidak setuju, 14,3% responden menjawab agak tidak setuju, 28,6% responden menjawab agak setuju, 40% responden menjawab setuju dan 17,1% menjawab sangat setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa responden sedikit merasa puas dengan kekuatan jaringan yang diberikan oleh Iconnet

- d. Hasil pra-penelitian pada poin 4 yaitu sebanyak 0% responden menjawab sangat tidak setuju, 0% responden menjawab tidak setuju, 14,3% responden menjawab agak tidak setuju, 17,1% responden menjawab agak setuju, 37,1% responden menjawab setuju dan 31,4% menjawab sangat setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa responden sudah merasa puas dengan harga yang sesuai dengan kualitas jaringan Iconnet
- e. Hasil pra-penelitian pada poin 5 yaitu sebanyak 0% responden menjawab sangat tidak setuju, 0% responden menjawab tidak setuju, 8,6% responden menjawab agak tidak setuju, 25,7% responden menjawab agak setuju, 28,6% responden menjawab setuju dan 37,1% menjawab sangat setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa responden sudah merasa puas dengan pilihan paket jaringan yang diberikan oleh Iconnet

**Tabel 1.4 Jawaban Pra-Penelitian Kualitas Pelayanan**

NO.	PERNYATAAN	Sangat Tidak Setuju (STS)	Tidak setuju (TS)	Agak tidak setuju (ATS)	Agak setuju (AS)	Setuju (S)	Sangat setuju (SS)
1.	Menurut saya, pegawai Iconnet cepat tanggap dalam merespon keluhan pelanggan	0% (0)	2,9% (1)	8,6% (3)	20% (7)	45,7% (16)	22,9% (8)
2.	Menurut saya, proses pendaftaran/berlangganan di Iconnet mudah dilakukan	0% (0)	0% (0)	8,6% (3)	25,7% (9)	48,6% (17)	17,1% (6)
3.	Menurut saya, pegawai Iconnet telah memberikan penjelasan produk dengan baik	0% (0)	5,7% (2)	8,6% (3)	20% (7)	34,3% (12)	31,4% (11)

4.	Menurut saya, pegawai Iconnet ramah dalam melayani pelanggan	0% (0)	2,9% (1)	20% (7)	20% (7)	34,3% (12)	22,9% (8)
5.	Pelayanan yang diberikan oleh Iconnet telah sesuai dengan harapan saya	0% (0)	5,7% (2)	8,6% (3)	28,6% (10)	34,3% (12)	22,8% (8)

Sumber: data olahan penulis (2023)

Berdasarkan hasil pra-penelitian pada tabel 1.4 diatas mengenai kualitas pelayanan dapat terlihat bahwa:

- a. Hasil pra-penelitian pada poin 1 yaitu sebanyak 0% responden menjawab sangat tidak setuju, 2,9% responden menjawab tidak setuju, 8,6% responden menjawab agak tidak setuju, 20% responden menjawab agak setuju, 45,7% responden menjawab setuju dan 22,9% menjawab sangat setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa responden kurang merasa puas dengan pelayanan yang responsif dari pegawai Iconnet.
- b. Hasil pra-penelitian pada poin 2 yaitu sebanyak 0% responden menjawab sangat tidak setuju, 0% responden menjawab tidak setuju, 8,6% responden menjawab agak tidak setuju, 25,7% responden menjawab agak setuju, 48,6% responden menjawab setuju dan 17,1% menjawab sangat setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa responden cukup merasa puas dengan kekuatan proses berlangganan/pendaftaran Iconnet yang mudah dilakukan.
- c. Hasil pra-penelitian pada poin 3 yaitu sebanyak 0% responden menjawab sangat tidak setuju, 5,7% responden menjawab tidak setuju, 8,6% responden menjawab agak tidak setuju, 20% responden menjawab agak setuju, 34,3% responden menjawab setuju dan 31,4% menjawab sangat setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa responden cukup merasa puas dengan penjelasan produk yang diberikan oleh pegawai Iconnet
- d. Hasil pra-penelitian pada poin 4 yaitu sebanyak 0% responden menjawab sangat tidak setuju, 2,9% responden menjawab tidak setuju, 20% responden menjawab agak tidak

setuju, 20% responden menjawab agak setuju, 34,3% responden menjawab setuju dan 22,9% menjawab sangat setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa responden cukup merasa puas dengan sifat ramah pada saat melayani pelanggan yang dilakukan oleh pegawai Iconnet

- e. Hasil pra-penelitian pada poin 5 yaitu sebanyak 0% responden menjawab sangat tidak setuju, 5,7% responden menjawab tidak setuju, 8,6% responden menjawab agak tidak setuju, 28,6% responden menjawab agak setuju, 34,3% responden menjawab setuju dan 22,9% menjawab sangat setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa responden cukup merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pegawai Iconnet

**Tabel 1.5 Jawaban Pra-Penelitian Kepuasan Pelanggan**

NO.	PERNYATAAN	Sangat Tidak Setuju (STS)	Tidak setuju (TS)	Agak tidak setuju (ATS)	Agak setuju (AS)	Setuju (S)	Sangat setuju (SS)
1.	Saya akan merekomendasikan produk Iconnet kepada orang lain	0% (0)	8,6% (3)	14,3% (5)	20% (7)	42,9% (15)	14,3% (5)
2.	Saya akan terus berlangganan (untuk responden yang sedang berlangganan paket internet Iconnect)/akan berlangganan kembali (bagi pelanggan yang saat ini sedang tidak berlangganan paket internet	0% (0)	8,6% (3)	14,3% (5)	20% (7)	31,4% (11)	25,7% (9)

	Iconnet) produk Iconnet.						
3.	Secara keseluruhan saya sudah puas dengan kualitas produK internet dari Iconnet	0% (0)	8,6% (3)	8,6% (3)	22,9% (8)	37,1% (13)	22,9% (8)
4.	Secara keseluruhan saya sudah puas dengan kualitas layanan Iconnet	0% (0)	5,7% (2)	14,3% (5)	22,9% (8)	34,3% (12)	22,9% (8)
5.	Secara keseluruhan saya sudah puas dengan penanganan keluhan pelanggan yang dilakukan oleh Iconnet	0% (0)	5,7% (2)	11,4% (4)	25,7% (9)	28,6% (10)	28,6% (10)

Sumber: data olahan penulis (2022)

Berdasarkan hasil pra-penelitian pada tabel 1.5 diatas mengenai kualitas pelayanan dapat terlihat bahwa:

- a. Hasil pra-penelitian pada poin 1 yaitu sebanyak 0% responden menjawab sangat tidak setuju, 8,6% responden menjawab tidak setuju, 14,3% responden menjawab agak tidak setuju, 20% responden menjawab agak setuju, 42,9% responden menjawab setuju dan 14,3% menjawab sangat setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa responden cukup merasa puas dan akan merekomendasikan kepada orang lain.
- b. Hasil pra-penelitian pada poin 2 yaitu sebanyak 0% responden menjawab sangat tidak setuju, 8,6% responden menjawab tidak setuju, 14,3% responden menjawab agak tidak setuju, 20% responden menjawab agak setuju, 31,4% responden menjawab setuju dan 25% menjawab sangat setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa responden cukup merasa puas dan akan berlangganan kembali.

- c. Hasil pra-penelitian pada poin 3 yaitu sebanyak 0% responden menjawab sangat tidak setuju, 8,6% responden menjawab tidak setuju, 8,6% responden menjawab agak tidak setuju, 22,9% responden menjawab agak setuju, 37,1% responden menjawab setuju dan 22,9% menjawab sangat setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa responden cukup merasa puas dengan kualitas produk.
- d. Hasil pra-penelitian pada poin 4 yaitu sebanyak 0% responden menjawab sangat tidak setuju, 5,7% responden menjawab tidak setuju, 14,3% responden menjawab agak tidak setuju, 22,9% responden menjawab agak setuju, 34,3% responden menjawab setuju dan 22,9% menjawab sangat setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa responden cukup merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.
- e. Hasil pra-penelitian pada poin 5 yaitu sebanyak 0% responden menjawab sangat tidak setuju, 5,7% responden menjawab tidak setuju, 11,4% responden menjawab agak tidak setuju, 25,7% responden menjawab agak setuju, 28,6% responden menjawab setuju dan 28,6% menjawab sangat setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa responden cukup merasa puas dengan penanganan keluhan produk yang diberikan oleh pegawai Iconnet

**Tabel 1.6 Hasil Pra-Penelitian Penanganan Keluhan Pelanggan**

NO.	PERNYATAAN	Sangat Tidak Setuju (STS)	Tidak setuju (TS)	Agak tidak setuju (ATS)	Agak setuju (AS)	Setuju (S)	Sangat setuju (SS)
1.	Menurut saya, pihak Iconnet menanggapi keluhan dengan cepat	0% (0)	8,6% (3)	8,6% (3)	11,4% (4)	51,4% (18)	20% (7)
2.	Menurut saya, pihak Iconnet menyelesaikan keluhan pelanggan dengan cepat	0% (0)	5,7% (2)	17,1% (6)	22,9% (8)	28,6% (10)	25,7% (9)

3.	Menurut saya, proses pengaduan masalah di Iconnet mudah dilakukan	2,9% (1)	2,9% (1)	5,7% (2)	22,9% (8)	34,3% (12)	31,4% (11)
4.	Saya merasa bahwa pihak Iconnet mendengarkan keluhan pelanggan dengan baik	2,9% (1)	2,9% (1)	8,6% (3)	25,7% (9)	40% (14)	20% (7)

Sumber: data olahan penulis

Berdasarkan hasil pra-penelitian pada tabel 1.6 diatas mengenai penanganan keluhan pelanggan dapat terlihat bahwa:

- a. Hasil pra-penelitian pada poin 1 yaitu sebanyak 0% responden menjawab sangat tidak setuju, 8,6% responden menjawab tidak setuju, 8,6% responden menjawab agak tidak setuju, 11,4% responden menjawab agak setuju, 51,4% responden menjawab setuju dan 20% responden menjawab sangat setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa responden merasa cukup puas mengenai kecepatan pihak Iconnet dalam menanggapi keluhan pelanggan.
- b. Hasil pra-penelitian pada poin 2 yaitu sebanyak 0% responden menjawab sangat tidak setuju, 5,7% responden menjawab tidak setuju, 17,1% responden menjawab agak tidak setuju, 22,9% responden menjawab agak setuju, 28,6% responden menjawab setuju dan 25,7% responden menjawab sangat setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa responden merasa cukup puas mengenai kecepatan pihak Iconnet dalam menyelesaikan keluhan pelanggan.
- c. Hasil pra-penelitian pada poin 4 yaitu sebanyak 2,9% responden menjawab sangat tidak setuju, 2,9% responden menjawab tidak setuju, 5,7% responden menjawab agak tidak setuju, 22,9% responden menjawab agak setuju, 34,3% responden menjawab setuju dan 31,4% responden menjawab sangat setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa responden merasa kurang puas mengenai proses pengaduan masalah Iconnet.

- d. Hasil pra-penelitian pada poin 4 yaitu sebanyak 2,9% responden menjawab sangat tidak setuju, 2,9% responden menjawab tidak setuju, 8,6% responden menjawab agak tidak setuju, 25,7% responden menjawab agak setuju, 40% responden menjawab setuju dan 20% responden menjawab sangat setuju. Hal ini dapat diartikan bahwa responden merasa kurang puas dikarenakan dirasa pihak Iconnet tidak mendengarkan keluhan pelanggan dengan baik.

Berdasarkan hasil analisis penelitian pada iconnet yaitu peneliti mencoba menelaah lebih lanjut terkait kepuasan pelanggan dengan melihat seberapa besar efektifitas serta kemampuan jaringan yang digunakan oleh pengguna iconnet, dimana nantinya dijadikan sebagai bahan untuk evaluasi lebih lanjut kepada pihak Iconnet, agar dapat dilakukan perbaikan jika terdapat suatu masalah atau keluhan yang dirasakan oleh pengguna, maka dari itu perlu dilakukan penelitian lebih lanjut dengan menilai dari kepuasan pelanggan.

Penjelasan diatas menunjukkan adanya permasalahan pada kualitas layanan yang diberikan oleh Iconnect. Jika kualitas layanan tidak diperbaiki maka akan mempengaruhi kepuasan pelanggannya. Hal ini dijelaskan oleh Tjiptono (2019) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Dan menurut Aria dan Atik (2018) kualitas pelayanan merupakan komponen penting yang harus diperhatikan dalam memberikan kualitas pelayanan prima. Kualitas pelayanan merupakan titik sentral bagi perusahaan karena mempengaruhi kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan akan muncul apabila kualitas pelayanan yang diberikan dengan baik dan sesuai harapan pelanggan. Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Salma Salsabila Hadi (2021) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Penanganan Keluhan Pelanggan Sebagai Variabel Intevening (Studi Kasus Pada Pengguna Indihome Wilayah Telkom Tangerang)” dengan kualitas layanan sebagai X1, kepuasan pelanggan sebagai Y, dan penanganan keluhan pelanggan sebagai Z, mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap antar variabel. Penelitian ini

mengidentifikasi bahwa apabila kualitas layanan yang dimiliki oleh suatu perusahaan baik maka akan berdampak positif terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan latar belakang diatas, tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan melalui penanganan keluhan Pengguna Iconnet di Bandung Raya”**.

### **1.3. Identifikasi Masalah**

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap penanganan keluhan pelanggan pada Iconnet di Bandung Raya?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap penanganan keluhan pelanggan pada Iconnet di Bandung Raya?
3. Bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Iconnet di Bandung Raya?
4. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Iconnet di Bandung Raya?
5. Bagaimana pengaruh penanganan keluhan pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan Iconnet di Bandung Raya?
6. Bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan melalui penanganan keluhan pelanggan pada Iconnet di Bandung Raya?
7. Bagaimana pengaruh kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan melalui penanganan keluhan pelanggan pada Iconnet di Bandung Raya?

### **1.4. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap penanganan keluhan pelanggan pada pelanggan Iconnet di Bandung Raya
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap penanganan keluhan pelanggan pada Iconnet di Bandung Raya
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan iconnet di Bandung Raya
4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan iconnet di Bandung Raya

5. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh penanganan keluhan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan Iconnet di Bandung Raya
6. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan melalui penanganan keluhan pelanggan Iconnet di Bandung Raya
7. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan melalui penanganan keluhan pelanggan Iconnet di Bandung Raya