

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Manusia memiliki kebutuhan yang sangat banyak pada era modern seperti ini, salah satunya kebutuhan hiburan televisi berbayar. Persaingan di industri televisi berbayar atau *Pay TV* semakin kompetitif. Media televisi menjadi lahan bisnis sejak tahun 2014. Produk televisi berbayar yang mendominasi pangsa pasar tv berlangganan di tanah air dipegang oleh PT MNC Sky Vision (indovision) dengan porsi penguasaan sekitar 70% pelanggan. Brand produknya yang populer di Indonesia antara lain Indovision (<http://www.kerjausaha.com>). Pada tahun 2016 PT MNC Sky Vision (indovision) berhasil menghimpun konsumen sebanyak 2,3 juta, naik 38% dibanding tahun sebelumnya 1,7 juta (www.antarane.ws.com). Data keuangan PT.MNC SKY VISION (Indovision) pada tahun 2013 hingga tahun 2016 dapat di lihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1.1

DATA PENDAPATAN PT.MNC SKY VISION (Indovision)

Tahun 2011 – 2016

Tahun	Pendapatan	
	Total (M)	Perubahan
2011	1.738	-
2012	3.394	1.687
2013	3.279	-115
2014	3.243	-36
2015	3.270	27
2016	3.370	370

Sumber : PT MNC Sky Vision, 2016

Berdasarkan tabel 1.1 di atas, dapat di lihat bahwa jumlah data pendapatan PT.MNC SKY VISION (Indovision) sering mengalami fluktuasi. Pada tahun 2012 terjadi kenaikan pendapatan sebanyak 1.687 M. Sedangkan pada tahun 2013 terjadi penurunan yang cukup berarti yaitu sebesar 115 juta di banding tahun sebelumnya. Dan di tahun 2014 juga terjadi penurunan sebesar 36 juta di banding tahun sebelumnya. Kemudian di tahun 2015 mulai merangkak naik dan kenaikannya sebesar 27 juta sampai pada tahun 2016 mengalami kenaikan sebesar 370 juta di banding tahun sebelumnya.

Kualitas produk yang dirasakan konsumen akan menentukan suatu persepsi terhadap kinerja perusahaan, yang pada gilirannya akan berpengaruh pada kepuasan konsumen. Fungsi, kualitas dan benefits dari suatu produk merupakan fokus perhatian konsumen. Kebutuhan konsumen yang terus meningkat dan didasari oleh tingkat kekritisian yang semakin tinggi, cenderung menuntut pelayanan secara pribadi dan ikut dilibatkan dalam pengembangan suatu produk. Hal inilah yang menjadi dasar pemikiran untuk tetap memenuhi kebutuhan keinginan dan harapan konsumen dalam segala perubahan sehingga tidak akan berpaling ke produk substitusi.

PT MNC Sky Vision (indovision) mengerti bahwa berjalannya suatu bisnis tidak lepas dari pentingnya sebuah strategi untuk dapat mempertahankan keunggulan kompetitifnya dengan mengembangkan produknya serta meningkatkan kualitas yang diberikan kepada setiap pelanggan. Untuk itu PT MNC Sky Vision (indovision) memberikan jaminan kualitas yang merupakan aspek yang harus dipenuhi oleh setiap perusahaan. Hal ini dilakukan perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada setiap konsumen.

Mempertahankan konsumen bukanlah hal yang mudah. Layanan yang sempurna merupakan bagian dari strategi PT MNC Sky Vision (indovision) untuk mengontrol terhadap mutu layanan dan juga mutu produk dengan melakukan kunjungan langsung kepada masing – masing pelanggan. PT MNC Sky Vision (indovision) selalu berupaya agar konsumennya tetap setia dengan memfokuskan hal tersebut pada kualitas produk mengingat masih terdapat keluhan – keluhan dari konsumen (<http://www.indovision.com>), seperti:

- a. Saluran Indovision yang tidak ada siarannya
- b. Masalah koneksi, siarannya terputus
- c. Chanelnya berkurang
- d. Acara TV hilang tiba-tiba (Hasil dokumen peneliti)
- e. Complain masalah tagihan yang naik
- f. Complain penanganan teknis dari pihak indovision yang lambat

Indovision mampu meningkatkan kualitas produk dan pelayanan agar mencapai harapan pelanggan dan merasa puas akan barang yang telah dibelinya. Kotler dan Armstrong (2012) menyebutkan kualitas produk merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing, jadi hanya perusahaan dengan kualitas produk paling baik yang akan tumbuh dengan pesat, dan dalam jangka waktu yang panjang perusahaan tersebut akan lebih berhasil dari perusahaan yang lain.

Faktor yang selanjutnya mempengaruhi konsumen dalam kepuasan pelanggan adalah kualitas layanan suatu perusahaan. Kualitas layanan yang baik yang diberikan perusahaan akan memberikan rasa nyaman kepada konsumen dan

dapat menciptakan pembelian ulang, sehingga meningkatkan omzet penjualan perusahaan. Assegaf (2009) menyebutkan kualitas pelayanan adalah suatu aktivitas ekonomi yang memproduksi atau menghasilkan waktu, tempat, bentuk, dan kebutuhan atau keperluan psikologis. Perusahaan seharusnya memiliki kemampuan dalam memberikan pelayanan yang terbaik dari segi waktu, tempat, bentuk, dan kebutuhan untuk para konsumen. Kualitas layanan yang dapat diberikan PT MNC Sky Vision KPD Jombang adalah penanganan komplain dengan cepat dengan melakukan kunjungan teknis dengan memberikan informasi dengan jelas, pelayanan karyawan yang ramah dan juga penampilan karyawan tersebut yang rapi dan menarik, sehingga menimbulkan kesan yang nyaman bagi konsumen dan menimbulkan kualitas layanan yang baik. Konsumen akan tertarik dan akan mempengaruhi kepuasan konsumen, sehingga konsumen merasa puas, apabila kedua faktor tersebut telah berjalan dengan baik, kepuasan konsumen dapat tercapai.

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini mengambil judul "**Pengaruh Kualitas produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT MNC Sky Vision KPD Jombang** "

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diungkapkan di atas maka rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT MNC Sky Vision (Indovision) KPD Jombang?

2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT MNC Sky Vision (Indovision) KPD Jombang?
3. Apakah kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT MNC Sky Vision (Indovision) KPD Jombang?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada PT MNC Sky Vision (indovision) KPD Jombang
2. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT MNC Sky Vision (indovision) KPD Jombang
3. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT MNC Sky Vision (indovision) KPD Jombang.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan akan mempunyai manfaat yaitu :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi media untuk menerapkan konsep- konsep teori yang selama ini diperoleh dalam perkuliahan

serta meningkatkan wawasan ilmu pengetahuan melalui berbagai temuan di lapangan yang sebelumnya belum terungkap khususnya tentang kualitas produk dan kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi langsung kepada PT MNC Sky Vision KPD Jombang khususnya dalam upaya peningkatan kualitas produk dan kualitas pelayanan.