

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi seluler di era globalisasi ini memacu pertumbuhan pada jaringan seluler dan semakin banyak persaingan bisnis di dunia pasar perusahaan jaringan seluler yang ada di Indonesia. Tak dapat dipungkiri setiap usaha yang sudah terjun ke dunia pasar baik di ranah nasional maupun internasional harus terus tetap bertahan dan berkompetisi dengan para pesaingnya.

Seiring berkembangnya zaman semakin berkembang pula teknologi terutama pada teknologi komunikasi. Pesatnya perkembangan teknologi komunikasi ini tak luput didukung oleh fasilitas berupa mobile telepon yang semakin canggih dengan *IOS (Internet Operating System)* yang mumpuni yang dilengkapi dengan berbagai macam fitur dan aplikasi pendukungnya. Dengan didukung hal tersebut konsumen pun juga dapat menunjang gaya hidup atau *life style* masa kini. Tak luput dari itu peningkatan pangsa pasar di bidang teknologi komunikasi secara tidak langsung juga berdampak pada persaingan antara perusahaan penyedia layanan operator telepon seluler.

Hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mencatat, 45,1% pengguna internet melalui ponsel di Indonesia menggunakan layanan operator seluler Telkomsel. Sebanyak 19,5% responden memilih layanan Indosat untuk berinternet melalui ponsel. Sebanyak 16,9% responden memilih layanan XL Axiata untuk berinternet.

Posisi selanjutnya disusul Tri dengan jumlah pengguna sebanyak 10,8% responden. Kemudian, ada 4,6% responden memilih Smartfren. Survei APJII melalui kuesioner dan wawancara terhadap 7.000 sampel, dengan tingkat toleransi kesalahan (margin of error) 1,27%. Riset dilakukan pada 2-25 Juni 2020. (Sumber : Databoks.katadata.co.id)

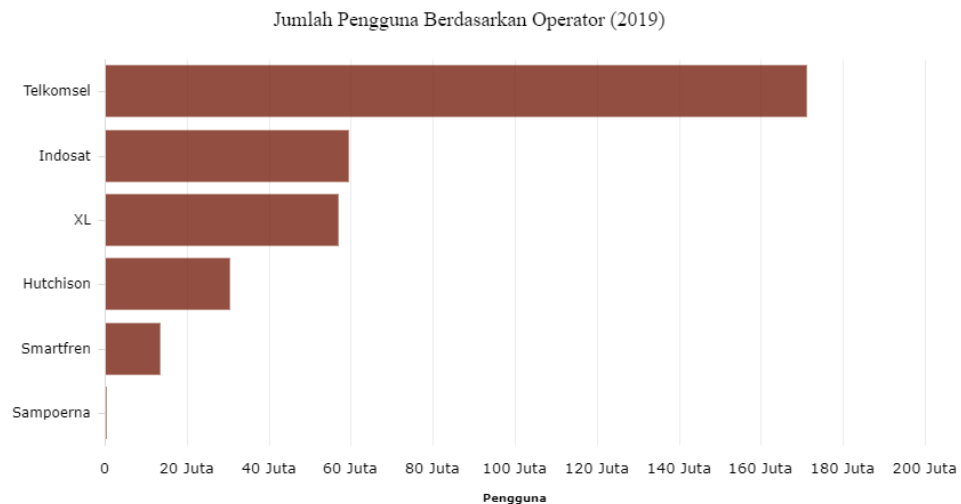
Kebutuhan konsumen yang terus meningkat dan didasari oleh tingkat kekritisian yang semakin tinggi, cenderung menuntut pelayanan secara pribadi dan ikut dilibatkan dalam pengembangan suatu produk. Hal inilah yang menjadi dasar pemikiran untuk tetap memenuhi kebutuhan, keinginan dan harga terjangkau konsumen dalam segala perubahan sehingga tidak akan berpaling ke produk substitusi. Era telepon selular, khususnya *Global System for Mobile communications (GSM)*, memang baru marak dalam beberapa tahun belakangan ini. Salah satu faktor kunci keberhasilan penyelenggaraan jasa selular dalam era persaingan ini adalah kemampuan suatu jaringan operasi menghadirkan customer service kepada masyarakat, suatu filosofi baru dunia untuk merajakan kepentingan para pelanggannya. Keinginan untuk berhasil menyelesaikan masalah sekaligus memuaskan pelanggan adalah bagian budaya kerja karyawan Telkomsel. Kepedulian terhadap konsumen merupakan hal yang penting. Untuk meningkatkan kemampuan para karyawan dilakukan pelatihan kepada karyawan baru dan karyawan lama sehingga karyawan akan dapat meningkatkan produktivitasnya.

Sejumlah operator telekomunikasi mengalami pertumbuhan yang dengan pesat dan terus melakukan usaha untuk menarik para konsumen baru

dan menjaga loyalitas pelanggannya. Salah satu usaha dalam meningkatkan loyalitas pelanggan adalah dengan menciptakan kesadaran merek bagi pelanggannya dan berusaha menciptakan produk dengan kualitas yang dapat bersaing dipasaran. Perusahaan perlu bekerja keras untuk tetap mempertahankan konsumen agar tetap loyal. Dalam menciptakan pelanggan yang loyal tidaklah mudah, terlebih lagi semakin banyak para pesaing yang siap merebut pelanggan setia kita.

Teknologi komunikasi seluler di Indonesia sudah memasuki era 4G. Sebelumnya, operator di Indonesia menggunakan jaringan teknologi 3G. Sejak pertama kali ditemukan, perkembangan teknologi telekomunikasi di dunia bergerak sangat cepat karena tuntutan teknologi komunikasi yang memerlukan data yang sangat besar, cepat dan dapat dimana saja. Akses internet membutuhkan digunakan koneksi dan jaringan yang mampu mendukung mobilitas. Masyarakat Indonesia sudah dapat merasakan layanan 4G LTE yang diinisiasi oleh tiga operator raksasa, ketiga operator papan atas Indonesia ini mulai menunjukkan kekuatannya pada layanan 4G LTE. 4G LTE merupakan koneksi internet generasi ke empat dari jaringan seluler yang memiliki kecepatan dan keamanan lebih tinggi dibandingkan generasi sebelumnya yaitu 3G dan 3G+. Ketiga operator raksasa ini adalah Telkomsel, XL, dan Indosat Ooredoo. (operatorKita.com).

Jumlah keseluruhan konsumen ketiga provider dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



Katadata.co.id

databoks

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Berdasarkan Operator (2019)

Sumber : Databoks.katadata.co.id

Pada gambar 1.1 menjelaskan bahwa Telekomunikasi Seluler (Telkomsel) masih menjadi operator terbesar di Indonesia. Perusahaan di bawah naungan PT Telekomunikasi Indonesia Tbk itu mampu menarik hingga 171,1 juta pengguna hingga 2019 lalu. Pemerintah tengah mempersiapkan jaringan 5G di Indonesia. Rencana tersebut tertuang dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) periode 2020-2024. Harapannya, 5G dapat diimplementasikan dalam periode tersebut sembari menanti penerapan *Omnibus Law* yang juga mendukung jaringan tersebut.

Persaingan yang semakin ketat dalam industri seluler menjadikan masing - masing operator seluler di antaranya Telekomunikasi Seluler

(Telkomsel), Satelit Palapa Indonesia (Satelindo), Excelcomindo Pratama (XL), Mobile-8 (Fren), Bakrie Telecom (Esia), PT. Hutchison CP Telecommunications (Three), PT Natrindo Telepon Seluler (Axis), mereka berusaha memberikan kualitas suara dan signal terbaik dan pelayanan yang memuaskan bagi konsumen agar mereka mau menggunakan jasa dan menjadi pelanggannya.

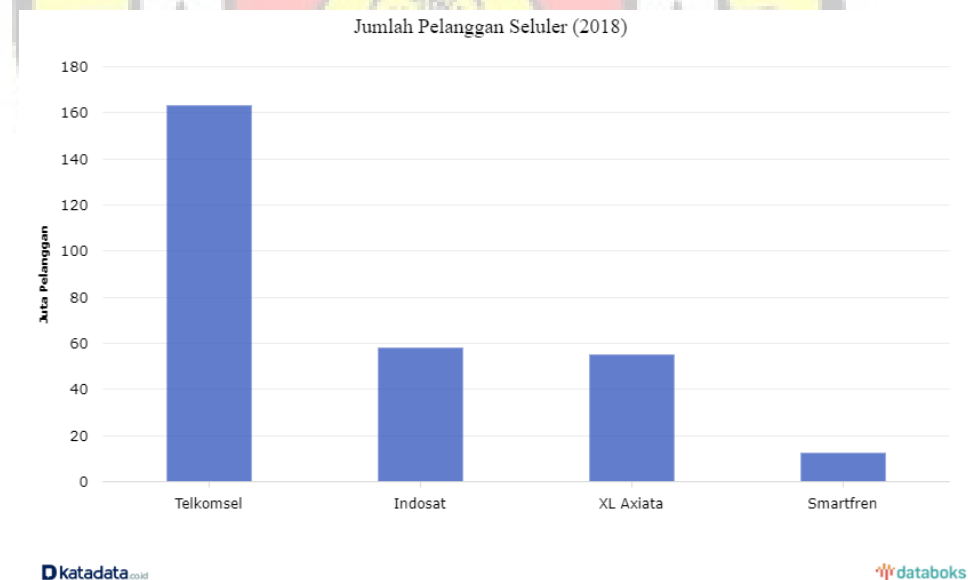
Konsumen merupakan sosok individu atau kelompok yang mempunyai peranan penting bagi operasional perusahaan. Hal ini disebabkan keberadaan konsumen mempunyai akses terhadap eksistensi produk di pasaran sehingga semua kegiatan perusahaan akan diupayakan untuk bisa memposisikan produk agar dapat diterima oleh konsumen. Berbagai ragam fasilitas dan keunggulan yang ditawarkan oleh perusahaan menjadi dasar bagi konsumen untuk melakukan tindakan pemilihan atas tersedianya berbagai alternatif produk.

Tindakan konsumen itu merupakan suatu refleksi dari rangkaian proses tahapan pembelian dimana implikasi atas tindakannya tersebut akan mengantarkan pada suatu penilaian bahwa produk dapat diterima oleh pasar atau justru terjadi penolakan oleh pasar. Keberadaan berbagai macam alat pemuas kebutuhan di pasar telah menyebabkan konsumen menjadi selektif terhadap keberadaan produk relevansinya dengan pemilihan suatu merek produk untuk pemuasan kebutuhan

Telkomsel merupakan anak perusahaan PT. Telkom didirikan sebagai wujud semangat penemuan buat mengembangkan telekomunikasi di

Indonesia. Telkomsel terus memacu pertumbuhan jaringan telekomunikasi diseluruh penjuru Indonesia secara cepat. Telkomsel sebagai operator seluler terkemuka di Indonesia yang dimiliki PT. Telkom, bukan merupakan satu – satunya perusahaan yang bergerak dibidang operator seluler. Sejak didirikan pada tahun 1995 sebagai wujud semangat untuk mengembangkan telekomunikasi Indonesia.

Telkomsel terus memacu pertumbuhan jaringan diseluruh Indonesia. Telkomsel menjadi pelopor untuk berbagai teknologi telekomunikasi seluler di Indonesia. Telkomsel mempunyai beberapa produk yaitu kartuHalo, simPATI, Kartu As, Kartu As Flexi, kartuHalo Flexi, Telkomsel Flash, Kartu Facebook, Telkomsel LOOP, by.U.



Gambar 1. 2 Jumlah Pelanggan Seluler (2018)

Sumber : Databoks.katadata.co.id

Pada gambar 1.2 menjelaskan bahwa Telkomsel menjadi operator seluler yang paling banyak dipilih masyarakat. Pada 2018, tercatat ada 163 juta pengguna Telkomsel. Pelanggan tersebut terbagi atas pelanggan pascabayar dan prabayar. Masing-masing berjumlah 5,4 juta dan 157,6 juta pengguna. Fasilitas yang diberikan berupa *mobile voice*, Short Message Service (SMS), *mobile broadband*, dan layanan digital. Selain Telkomsel, Indosat juga menyusul. Merek tersebut memiliki 1,6 juta pelanggan pascabayar dan 56,4 juta pelanggan prabayar. Sehingga secara keseluruhan mempunyai 58 juta pelanggan. XL Axiata berada di bawah Telkomsel dan Indosat. Operator seluler itu mengumpulkan 54,9 juta pelanggan pada 2018. Sedangkan Smartfren memiliki 12,27 juta pelanggan.

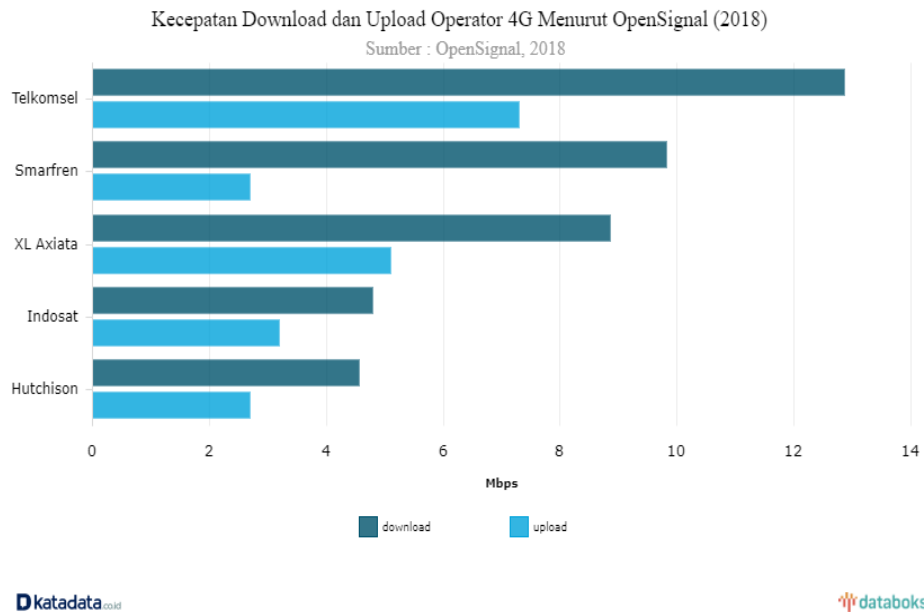
Tabel 1. 1 Kelebihan dan Kelemahan Telkomsel

No	Kelebihan	Kelemahan
1.	Telkomsel ini memiliki jaringan yang sangat luas, hal ini tentunya sangat menguntungkan bagi para penggunanya karena dengan begitu di mana pun kamu berada kamu tidak perlu khawatir karena jaringan dari Telkomsel ini sangat luas sehingga kamu pun tetap bisa telepon maupun sms di mana pun kamu berada.	Tarif yang di berikan oleh Telkomsel ini relatif lebih mahal jika kamu bandingkan dengan operator lain baik untuk sekedar sms, telepon hingga internet, tapi walaupun begitu tetap banyak juga orang yang menggunakan kartu Telkomsel ini terutama mereka golongan orang menengah keatas.

2.	Telkomsel ini merupakan operator yang paling tua jika dibandingkan dengan operator lainnya.	Walaupun Telkomsel ini sudah memiliki jaringan yang luas hingga pelosok, tapi tetap saja masih ada daerah terpencil yang kesulitan untuk mendapatkan sinyal untuk sms, telepon hingga mengakses internet.
3.	Paket internet Telkomsel juga tersedia dalam pilihan paket internet unlimited yang termurah tapi di dukung dengan kecepatan internet yang sangat cepat.	

Sumber : e-comerciojusto.org

Nilai pelanggan menurut Gale dalam (Fadli, 2019), nilai pelanggan adalah persepsi konsumen terhadap nilai atas kualitas yang ditawarkan relatif lebih tinggi dari pesaing akan mempengaruhi tingkat loyalitas konsumen, semakin tinggi persepsi nilai yang dirasakan oleh pelanggan oleh pelanggan, maka semakin besar kemungkinan terjadinya hubungan (transaksi). Dan hubungan yang diinginkan adalah hubungan yang bersifat jangka panjang, sebab usaha dan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan diyakini akan jauh lebih besar apabila harus menarik pelanggan baru atau pelanggan yang sudah meninggalkan perusahaan, daripada mempertahankannya.



Gambar 1. 3 Kecepatan Internet Operator 4G

Sumber : Databoks.katadata.co.id

Pada gambar 1.3 menjelaskan bahwa Telkomsel tetap memimpin kecepatan internet untuk pengunduhan (*download*) maupun pengunggahan (*upload*) di jaringan internet 4G LTE. Hasil ini berdasarkan laporan dari OpenSignal pada semester pertama 2018. OpenSignal merupakan perusahaan pemetaan cakupan jaringan nirkabel. Berdasarkan pengujian OpenSignal, kecepatan *download* Telkomsel mencapai 12,86 Mbps mengalahkan para pesaingnya. Demikian pula untuk kecepatan *upload* mencapai 7,3 Mbps unggul dari empat operator lainnya. Yang menarik dari laporan terbaru *Open Signal* tersebut adalah pertumbuhan kecepatan *download* internet yang ditunjukkan oleh Smartfren menjadi 9,8 Mbps dari sebelumnya hanya 6,8 Mbps. Masih menurut laporan OpenSignal

tersebut, dari tujuh indikator yang diuji Telkomsel unggul dalam lima kategori. Yaitu untuk kecepatan *download* 4G, *upload* 4G, *download* 3G serta latensi 3G dan 4G.

Tabel 1. 2 Daftar Paketan Bulanan Semua Operator

No.	Operator	Kuota	Harga	Sumber
1.	Telkomsel	Internet OMG 7GB Kuota Utama 5GB : Kuota Internet dengan akses di semua jaringan (2G/3G/4G). Kuota 2 GB : Youtube, Facebook, Instagram, MAXstream, Viu, iFlix, Klik Film, Bein Sport, dan Nickelodeon Play.	Rp. 68.000	<a href="http://www.my.Telkomse
l.com">www.my.Telkomse l.com
2.	Tri	32 GB	Rp. 60.000	www.tri.co.id

		24 jam : 2 GB Kuota Utama 30 GB : 1GB Perhari		
3.	XL	XTRA Combo 5GB Kuota utama : 5GB Kuota YouTube : 5GB Bonus nlp semua operator 20 menit.	Rp. 59.000	www.xl.co.id
4.	Indosat Ooredoo	Freedom Combo 8GB Kuata Utama (24jam) : 4GB Kuata lokal (24jam) : 2GB Kuata malem(24ja m) : 2GB	Rp.35.000	www.indosatooredoo.com

		Bonus nlp 20menit kesemua operator		
--	--	---	--	--

Berdasarkan tabel 1.2 data yang diperoleh dari situs resmi provider Telkomsel, XL, TRI, dan Indosat Ooredoo, dapat dilihat dari nilai harga paketan bulanan Telkomsel relatif mahal dibandingkan dengan indosat ooredoo jika dilihat dari kuota yang didapatkan Telkomsel dengan harga Rp.68.000 hanya mendapatkan 7GB saja sedangkan Indosat Ooredoo dengan harga Rp.35.000 bisa mendapatkan kuota sebesar 8GB.

Pada *platform* Jum'at, 08 Januari 2021 - 14:28 WIB, Gangguan Internet Paling Banyak Dikeluhkan di 2020, Telkomsel 'Juaranya'. Kepala Bidang Pengaduan Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) Warsito Aji mengatakan, selama pandemi Covid-19 pihaknya banyak menerima aduan terkait masalah telekomunikasi. Salah satu aduan yang paling banyak disampaikan oleh masyarakat adalah terkait masalah jaringan internet, yaitu sebanyak 32%. "(Pengaduan) permasalahan telekomunikasi ialah jaringan internet, sebesar 32%," katanya dalam konferensi pers secara virtual, Jumat (8/1/2021). Dia memaparkan, setelah masalah jaringan, ada persoalan terkait pemotongan pulsa sebesar 20%, sistem tagihan 14%, paket internet 6%, pemotongan kuota 6%, sistem transaksi 6%, jaringan instalasi sebesar 4%, dan terakhir layanan pengaduan 2%. Sementara untuk pelaku usaha telekomunikasi yang diadukan, Telkomsel menjadi juaranya yaitu sebanyak

29,7%. "Untuk pengaduan terhadap operator itu tertinggi ialah Telkomsel sebesar 29,7 persen," ungkapnya. Peringkat kedua adalah Indosat dengan 25,5%, First Media 12,7%, XL 8,5%, 3 (Tri) d 4,2% pengaduan. Sementara untuk Icon, MNC Play, My Republic, Oxygen Internet, PT Connets Plus, masing-masing hanya sebesar 2,1% pengaduan. (sindonews.com)

Telkomsel berhasil mendapatkan dua penghargaan sekaligus dalam program 2020 *Excellence in Customer Experience* yang diselenggarakan oleh Frost & Sullivan. Pada ajang tersebut, Telkomsel sukses meraih predikat “*Best in Mobile Experience*” dan “*Best in Net Promoter Score*” dalam kategori 2020 *Excellence in Customer Experience – Telecommunications Industry* Indonesia. Melalui penghargaan ini, Telkomsel dianggap mampu menetapkan tolak ukur baru dalam memberikan kepuasan bagi pelanggan di setiap interaksi yang dilakukan. (www.Telkomsel.com)

Pengalaman pelanggan menurut Hasan dalam Suhermin (2018:4) *customer experience* merupakan suatu ikatan rasional dan emosional yang terjadi karena respon terhadap stimulus tertentu dengan mengoptimalkan *sense (sensory)*, *feel (emosional)*, *think (cognitive)*, *act (action)*, dan *relate (relationship)* dalam usaha – usaha pemasaran sebelum dan sesudah pembelian, pertukaran informasi dan ikatan emosional.

Berdasarkan temuan penulis dari beberapa sumber. Penulis menemukan keluhan pelanggan Telkomsel sebagai berikut :

Tabel 1. 3 Daftar Review Konsumen Telkomsel

No.	Nama	Review Pengguna	Keluhan Positif/Negatif
1.	Muhammad Iqbal Firdaus	Gimana yah.. saya udah kepalang pake ni Telkomsel.. tapi knp sekarang sinyalnya jelek. Katanya Telkomsel paling bagus sinyal atau jaringannya.. tapi ini malah jelek bgt apa lg klo maen game online. Aduh.. udah deh.. sinyalnya jelek bgt.. liat youtube aja buffering.. status video di whatapp story aja buffering.. gmn coba?	Negatif
2.	Maggie Cahyaputri	Makin kesini makin mengecewa-kan. Saya sudah pake sejak 2 tahun yang lalu dan waktu itu masih baik baik saja. Tapi kenapa akhir akhir ini sinyal tambah susah. Zoom sering ngelag padahal dulu lancer. Mau buka ini itu loadingnya lama banget. Plis segera benerin sinyalnya, kalau tidak dibenerin juga terpaksa saya ganti ke yang lain.	Negatif
3.	Sohirin Irin	Saya percaya dgn kualitas jaringan Telkomsel bagus, tolong di jaga dan jgn	Positif

		kecewakan pelanggan. Trima kasih tolong di perhatikannya Telkomsel	
4.	Global Ex NOOB	Makin kesini Telkomsel makin ampas. Tolonglah. Saya udah pake Telkomsel udh lama. Tapi knapa Telkomsel yang sekarang malah mengecewakan? Saya harap Telkomsel bisa Berjaya dan menjadi yang nomer satu. Toling diperbaiki lagi kualitas sinyalnya. Padahal dulu Telkomsel punya sinyal yang bagus+stabil. Tapi sekarang malah susah sinyal. Semoga buat ke deoan jya Telkomsel bisa jadi lebih baik lagi.	Negatif
5.	Dimas Anto	Jaringan terluas. Sinyal kuat sangat bagus Telkomsel	Positif
6.	Nurry Ariesa	Saya kecewa sama jaringan Telkomsel yang semakin kesini semakin buruk. Padahal provider terpercaya diseluruh Indonesia tapi ko makin kesini makin mengecewa-kan apalagi kalo hujan yaampun.. kalo begini terus lebih baik saya ganti provider ajalah. Mengecewakan!!!	Negatif

7.	Ferry Meizal	Bagus sinyalnya...dan harga paket qoutanya tolong dimurahkan	Positif
8.	Munuer XD	Untuk harga kuotanya sangat mahal dan saya kurang puas untuk masalah itu dan juga jaringannya di perbaikilah.	Negatif
9.	Dani Wardani	Telkomsel sinyal kuat dan bagus, dimanapun lokasi kita berada.	Positif
10	Adis Fauzan	Kecewa dengan Telkomsel.. sinyal buruk saat hujan maupun tdk.. harga paketan mahal gk sebanding dgn sinyalnya, kehalangan gedung maupun pohon dikit udah gk ada internet, saya driver ojol.. gak seperti dulu.. mohon untuk diperbaiki.. kita mengkritik untuk membuat anda lebih baik lagi dlm melayani kebutuhan internet di Indonesia.. sekian terima kasih..	Negatif

Sumber : MyTelkomsel

Tabel 1.2 diatas menunjukkan bahwa ada konsumen Telkomsel yang menilai dan merasakan puas dan tidak puas dengan produk Telkomsel, *review* pelanggan menilai terhadap produk Telkomsel diatas bahwa masih ada konsumen Telkomsel yang merasa tidak puas terhadap produk Telkomsel dengan nilai kualitas produk yang kurang baik dan nilai harga pun terbilang

mahal sehingga merasa tidak puas dan kecewa, dan adapula konsumen Telkomsel merasa puas terhadap produk Telkomsel. Telkomsel harus meningkatkan nilai kualitas produknya sehingga nilai pelanggan yang cukup puas agar dapat bertahan dalam persaingan kompetitif dan memberikan pelayanan yang terbaik menciptakan nilai bagus dan pengalaman konsumenn yang baik serta menimbulkan kepuasan konsumen.

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu hal yang paling penting bagi suatu perusahaan, terutama perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan dan jasa, baik itu industri rumahan maupun di perusahaan besar. Telekomunikasi belakangan ini semakin berkembang seiring dengan kemajuan teknologi dalam bidang seluler. Kemajuan ini pun didorong dengan alasan semakin banyaknya persaingan yang terjadi di antara masing-masing provider yang bersaing menciptakan keunggulan dalam pelayanan penyedia jasa kartu pra bayar, baik jasa pelayanan materi dalam kartu, maupun jasa pelayanan fisik antara pihak penyedia jasa dan pelanggan pada saat terjadi komplain ataupun transaksi. Pelanggan yang merasa terpuaskan akan memberikan tambahan nilai positif, yaitu kesetiaan pelanggan. Pelanggan yang setia bukan hanya akan terus menggunakan pelayanan tersebut, tetapi juga akan menyakinkan orang lain untuk turut serta merasakan pelayanan yang tersedia sebagai pelanggan baru.

Kepuasan konsumen menurut Kotler dan Keller dalam Yolandari & Kusumadewi (2018:5346) Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan

dengan kinerja aktual produk. Menurut Kepuasan pelanggan Umar dalam Fadli (2019:171) adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan dengan harapannya. Jadi pada intinya jika kebutuhan dan keinginan terpenuhi maka dapat mendorong terjadinya kepuasan.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti tentang nilai pelanggan dan pengalaman pelanggan untuk menganalisis kepuasan konsumen Telkomsel, dengan permasalahan ini sebagai skripsi, yaitu dengan judul **“Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen Telkomsel Di Bekasi Utara”**.

1.2 Identifikasi Masalah, Pembatasan Masalah dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat diidentifikasi permasalahan berikut :

1. Adanya pengalaman pelanggan yang diberikan kepada Telkomsel cenderung kurang baik dilihat dari *review* adanya keluhan konsumen Telkomsel akibat kualitas produk yang kurang baik.
2. Nilai pelanggan adanya nilai harga Telkomsel yang mahal dibandingkan operator lain.

1.2.2 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, maka penelitian ini dibatasi dengan hanya meneliti pengguna produk Telkomsel dan

pembahasan penelitian ini dibatasi hanya mengenai nilai pelanggan, pengalaman pelanggan dan kepuasan pelanggan.

1.2.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di uraikan sebelumnya maka, rumusan masalah yang di ajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh nilai pelanggan dan pengalaman pelanggan terhadap kepuasan konsumen Telkomsel?
2. Bagaimana pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan konsumen Telkomsel?
3. Bagaimana pengaruh pengalaman pelanggan terhadap kepuasan konsumen Telkomsel?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh nilai pelanggan dan pengalaman pelanggan terhadap kepuasan konsumen Telkomsel.
2. Untuk mengetahui pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan konsumen Telkomsel.
3. Untuk mengetahui pengaruh pengalaman pelanggan terhadap kepuasan konsumen Telkomsel.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat memberikan kegunaan, baik kegunaan secara teoritis maupun kegunaan secara praktis, diantaranya:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini nantinya dapat memberikan informasi dan wawasan serta bahan yang bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran yang berkaitan dengan nilai pelanggan, pengalaman pelanggan dan kepuasan konsumen.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi pihak manajemen sebagai informasi dan masukan kepada perusahaan dalam mengembangkan nilai pelanggan dan pengalaman pelanggan serta mempertahankan kepuasan konsumen serta memberikan masukan bagi para pemasar.