BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Seiring dengan kemajuan pesat dalam dunia ilmu pengetahun dan teknologi, bidang telekomunikasi mengalami kemajuan yang cukup pesat dan telah menjadi kebutuhan yang tidak dapat dipisahkan bagi masyarakat. Perkembangan teknologi telekomunikasi yang begitu pesat, berdampak pada semakin tingginya persaingan memperebutkan pangsa pasar pada dunia usaha saat ini, hal ini dapat kita lihat dengan banyaknya operator-operator seluler yang bersaing dalam bisnis penyedia jasa telekomunikasi. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk bersaing dalam hal menciptakan dan mempertahankan posisinya dengan cara perusahaan harus memahami karakteristik konsumen mereka dan memahami bagaimana konsumen dalam memutuskan pembelian.

Loden dan Bitta dalam Simamora (2003:2), lebih menekankan perilaku konsumen sebagai pengambilan keputusan. Menurut mereka perilaku konsumen adalah proses pengambilan keputusan yang mensyaratkan aktifitas individu untuk mengevaluasi, memperoleh, menggunakan atau mengatur barang dan jasa. Perilaku konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembelian mereka, proses tersebut merupakan sebuah pendekatan penyesuaian masalah yang terdiri dari lima tahap yang dilakukan konsumen, kelima tahap tersebut adalah pengenalan masalah, pencarian informasi, penilaian alternatif, membuat keputusan, dan perilaku pasca pembelian.

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

Pemasaran yaitu suatu proses sosial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain (Kotler Laksana, 2008:4). Dalam melaksanakan kegiatan pemasaran, perusahaan mengkombinasikan empat variabel yang sangat mendukung di dalam menetukan strategi pemasaran, kombinasi keempat variabel itu dikenal dengan istilah bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari produk (*product*), harga (*price*), distribusi (*place*) dan promosi (*promotion*).

Sejalan dengan kemajuan zaman yang sangat pesat saat ini, banyak masyarakat yang memiliki minat besar dalam teknologi telekomunikasi seluler atau biasa disebut *mobile communication* (komunikasi bergerak). Hal ini terlihat pula dalam perkembangan teknologi dibidang telekomunikasi yang berkembang pesat teknologinya dan layanan komunikasi bergerak di dunia *(mobile evolution).* Kebutuhan untuk berkomunikasi dan bertukar data dengan cepat dan mudah menjadikan teknologi telekomunikasi khususnya di bidang seluler berkembang dengan sangat pesat.

Saat ini banyak kita temui jenis operator yang mewarnai jaringan telekomunikasi seluler yang berbasis GSM terutama yang ada di Indonesia. Persaingan antar operator pun semakin ketat sekarang ini, karena semua operator berusaha dalam meraih pasar dan keuntungan

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

dari para pelanggannya. Ditengah sengitnya persaingan operator kartu seluler saat ini, berbagai starategi dilakukan perusahaan untuk menarik perhatian konsumen dan mempertahankan pelanggannya, mulai dari persaingan tarif harga, jaringan, persaingan akan layanan, hingga persaingan iklan di televisi.

Telkomsel merupakan salah satu operator seluler di Indonesia baik ditinjau dari jumlah pelanggan ataupun jumlah pendapatan yang diperoleh. Telkomsel menjadi operator seluler pertama di Asia yang menawarkan layanan GSM prabayar. Telkomsel telah menjadi operator seluler ketujuh di dunia yang mempunyai lebih dari 100 juta pelanggan dalam satu negara per Mei 2011 (www.telkomsel.co.id). Telkomsel menguasai pangsa pasar sebesar 45%. Sementara itu, posisi XL di urutan kedua direbut Indosat. XL sendiri terlempar ke urutan keempat (wartaekonomi.co.id).

Dari beberapa produk telkomsel yang ada, penulis memilih kartu Simpati sebagai objek penelitian. Simpati merupakan salah satu produk dari telkomsel yang paling banyak digunakan di Indonesia, seperti yang tercatat pada Maret 2016 ini pelanggan kartu Simpati sudah mencapai diangka 72.400.000 pelanggan, kartu As dengan 60.000.000 pelanggan dan Loop dengan total 18.000.000 pelanggan (www.telko.co.id).

Kartu Simpati memiliki beraneka ragam produk pilihan yang dapat dipilih sesuai kebutuhan konsumen, Untuk fokusnya penulis memilih Simpati 4G, Jaringan 4G (4G *network*) adalah generasi keempat jaringan

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

nirkabel untuk komunikasi mobile. Jaringan ini dimaksudkan sebagai solusi jaringan komunikasi yang komprehensif dan aman dengan kecepatan data yang jauh lebih cepat dari generasi sebelumnya (www.amazine.co.id). Agar dapat segera menikmati layanan Telkomsel 4G LTE, pelanggan harus menggunakan ponsel yang sudah mendukung layanan 4G dengan memakai Sim Card 4G LTE yang disebut USIM (USIM merupakan simcard khusus dengan teknologi terkini untuk mendukung pengalaman akses berkecepatan tinggi.

Fenomena yang terjadi di Indonesia khususnya di daerah Gorontalo, jaringan 4G sedang gencar-gencarnya menjadi perbincangan hangat tersendiri bagi masyarakat karena 4G memiliki kualitas dan kecepatan jaringan yang lebih cepat dan lebih handal dibandingkan menggunakan jaringan pendahulunya yaitu 3G. Masyarakat Indonesia semakin melek internet buktinya, berdasarkan data dari WeAreSocial yang tertuang di Digital, Social, and Mobile Report in 2016, awal tahun ini sudah ada 88,1 juta rakyat yang menyandang predikat sebagai netizen. Ini membuat internet menjadi kebutuhan tersendiri yang banyak diminati oleh masyarakat tak sedikit orang menyisihkan uang bulanannya untuk membeli paket internet agar terus memperoleh informasi di berbagai media sosial. Konsumen lebih mencari produk yang menawarkan paket internet yang memiliki kuota yang besar serta jaringan yang luas dengan harga terjangkau, maka dilihat dari fenomena ini , kartu simpati 4G dipilih karena cocok sebagai objek penelitian dalam keputusan pembelian.

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

Dalam hal kualitas produk, Telkomsel memiliki kualitas jaringan yang bagus dan baik serta dilengkapi dengan layanan andal yang didasarkan pada pemenuhan keinginan konsumen. Telkomsel memiliki kualitas terbaik yang mana tidak bisa ditemukan di operator GSM lainnya. Namun untuk jaringan internet Simpati 4G sendiri, jaringan internetnya belum maksimal, cakupan sinyal 4G belum sampai ke pelosok-pelosok kota Gorontalo. Hal ini mengakibatkan adanya keluhan dari konsumen tentang kualitas jaringan yang tidak memuaskan dan memberikan pertimbangan sendiri bagi konsumen untuk memilih apakah mengganti kartu (sim card) yang lama menjadi 4G atau tidak, mengingat di daerah Gorontalo jaringan 3G masih sangat mendominasi apalagi untuk produk-produk Telkomsel lainnya yang masih mendukung 3G.

Untuk harga yang ditawarkan oleh kartu Simpati 4G, bisa dibilang cukup mahal apalagi dikalangan mahasiswa sebagai pengguna. Seperti harga untuk kartu perdana Simpati 4G your everyday discoveries 16GB (1Gb 3G + 15GB 4G) aktif 60 hari dengan harga Rp.120.000, juga ada kartu Simpati 4G perdana dengan 4 GB dengan harga Rp.59.000.Harga-harga ini tergolong mahal dikalangan masyarakat, apalagi seperti yang kita tahu di Gorontalo sendiri jaringan 4G belum terjangkau sampai di pelosok-pelosok kota.

Berikut adalah tarif paket internet Simpati 4G, (diakses 6 Agustus 2016, 15.00 WITA) :

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

Tabel 1.1
Daftar Paket Internet Simpati 4G

Kuota	Harga	Jenis Paket	Combo
2 GB	Rp. 60.000	Basic	200 SMS
1.8 GB	Rp. 100.000	Combo	100 Menit Nelpon
3.5 GB	Rp. 150.000	Combo Wifi	5 GB Wifi
8 GB	Rp. 250.000	Combo Wifi	6 GB Wifi
8 GB	Rp. 99.000	LTE simPATI	-
3 GB	Rp. 65.000	Flash 4G LTE	2GB 4G + 1GB WIFI
6 GB	Rp. 150.000	Flash 4G LTE	-
8 GB	Rp. 225.000	Flash 4G LTE	-

Sumber : http://www.paketdataku.com/2016/01/daftar-paket-4g-telkomsel.html, Diakses, 6 Agustus 2016, 15.00 WITA

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa harga yang ditawarkan Simpati untuk paket internet 4G diatas Rp.50.000, harga ini bisa dibilang cukup mahal terutama untuk kalangan pelajar.Dengan harga yang mereka tawarkan, Simpati 4G masih belum mampu menguasai pasar, konsumen pun masih tetap setia menggunakan kartu 3G baik itu produk dari Telkomsel atau produk dari jasa telekomunikasi lainnya.

Dalam memasarkan produknya Simpati 4G menggunakan *Advertising* dan *Sales Promotion*. Dalam hal promosi kartu Simpati 4G, pihak Telkomsel menawarkan kemudahan bagi pengguna kartu lama sebelumnya untuk menukarkan kartu (sim card) mereka dengan USIM secara gratis tanpa harus mengubah nomor yang mereka gunakan saat

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

ini. Untuk itu pelanggan bisa datang ke GrapariTelkomsel terdekat di Kotanya Masing-masing. Selain itu, promosi yang dilakukan pihak Telkomsel bulan Ramadhan kemarin adalah dengan menukar HP lama dengan HP Samsung J1 yang sudah mendukung 4G. Gencar-gencarnya penawaran promosi ini, tidak lain untuk meningkatkan atau merangsang minat konsumen terhadap produk baru dari Telkomsel yaitu jaringan 4G, sayangnya hal ini masih belum bisa diketahui secara luas oleh masyarakat, sebab seperti yang dilihat oleh peneliti di lapangan promosi ini tidak banyak diketahui karena biasanya hanya diketahui saat masyarakat melewati Grapari Telkomsel yang memasang baliho tentang promosi-promosi yang ditawarkan atau lewat iklan TV yang tidak sering tayang lebih berulang.

Berikut adalah data populasi keseluruhan subjek penelitian yang digunakan oleh peneliti :

Tabel 1.2
Daftar Mahasiswa Jurusan Manajemen
Universitas Negeri Gorontalo

Tahun	**Jumlah Mahasiswa Aktif**
2010	11
2011	1
2012	166
2013	201
2014	179
2015	174
Jumlah Total	**732**

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa penelitian ini dilakukan pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Angkatan 2010-2015 Fakultas Ekonomi

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

Universitas Negeri Gorontalo yang berjumlah 732 orang yang terhitung aktif. Alasan memilih mahasiswa jurusan Manajemen karena, mengingat mahasiswa disini sudah mengerti dan telah belajar mengenai bauran pemasaran atau *Marketing Mix*, oleh karenanya Subjek yang dijadikan sampel ini sangatlah tepat. Berdasarkan fenomena yang penulis amati dan penulis lihat dilapangan, maka penulis ingin meneliti apakah benar seorang konsumen benar-benar memperhatikan harga, kualitas produk dan promosi dalam memutuskan untuk membeli kartu seluler dalam hal ini kartu Simpati. Dari latar belakang inilah, maka penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam lagi tentang **"Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Keunggulan Kartu Simpati 4G (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Negeri Gorontalo) ."**

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat di identifikasikan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Kualitas jaringan 4G yang belum terjangkau/tersebar di pelosok-pelosok kota
2. Penetapan harga kartu simpati 4G perdana dan tarif paket internet yang masih tergolong mahal kurang sesuai dengan pangsa pasar di Gorontalo

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

3. Kegiatan promosi kartu Simpati 4G yang dipasarkan di Gorontalo berdasarkan pengamatan penulis belum telaksana secara menyeluruh dan baik

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen pada keunggulan kartu simpati 4G (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Negeri Gorontalo)?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada keunggulan kartu simpati 4G (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Negeri Gorontalo)?

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada keunggulan kartu simpati 4G (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Negeri Gorontalo)
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

konsumen pada keunggulan kartu simpati 4G (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Negeri Gorontalo)

1.5. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

a) Manfaat Praktis

1. Bagi Penulis

   Bagi penulis, sebagai sarana penulis untuk menerapkan teori dan literatur yang penulis peroleh dari bangku kuliah, dan juga menambah wawasan penulis tentang keputusan pembelian konsumen.

2. Bagi Perusahaan

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan yang berguna bagi Telkomsel sebagai bahan pertimbangan dalam membuat kebijakan yang berkaitan dengan peningkatan pemasaran produknya.

b) Manfaat Teoritis

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi ilmu pengetahuan khususnya ilmu manajemen pemasaran.
2. Sebagai bahan referensi yang nantinya dapat memberikan perbandingan dalam mengadakan penelitian pada masa yang akan datang.

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional