

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Sejalan dengan perkembangan dunia teknologi yang semakin pesat sekarang ini memudahkan manusia untuk melakukan kegiatan-kegiatan yang ada, karena dengan teknologi yang ada saat ini tidak menghambat seseorang untuk melakukan kegiatan atau transaksi dengan jarak jauh dengan kecanggihannya teknologi sekarang ini semua terasa semakin mudah karena itu teknologi sangat membantu dan akan mempengaruhi tatanan ekonomi dan gaya hidup atau perilaku masyarakat di suatu Negara.

Misalnya teknologi komunikasi yang dulunya hanya sebatas telepon rumah sekarang menggunakan telepon genggam atau ponsel yang dulunya hanya pengusaha yang memakai ponsel sekarang semua orang bahkan anak kecil pun sudah menggunakan ponsel. Hal ini menunjukkan bahwa dunia teknologi khususnya komunikasi sangat mempengaruhi gaya hidup masyarakat sekarang ini pada kehidupan sehari-hari bahkan masyarakat sekarang ini sangat bergantung pada telepon genggam atau ponsel untuk komunikasi.

Produk yang di hasilkan oleh industri-industri kini terus membanjiri pasar, baik dalam jumlah maupun jenis yang jauh lebih besar dan saling bersaing untuk mendapatkan konsumen. Selera dan kebutuhan yang semakin meningkat seiring dengan keinginan konsumen yang semakin tinggi, sehingga semakin menuntut

produsen untuk mampu menawarkan produk-produk yang berkualitas tinggi sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Banyak faktor yang mempengaruhi pada tiap tahap dalam proses pembelian baik faktor Ekstern (budaya, sub budaya, kelas sosial, kelompok referensi, keluarga) dan faktor Intern (motivasi, persepsi, belajar, kepercayaan, dan sikap). Perusahaan harus memahami apa yang terjadi dalam tiap tahap dari proses pembelian yang meliputi: kebutuhan yang dirasakan, kegiatan sebelum membeli, keputusan untuk membeli, perilaku untuk memakai, keinginan untuk membeli. Perusahaan dapat menyusun kegiatan pemasarannya atas dasar tersebut. Jadi bila ingin realistis dalam menganalisis perilaku konsumen, maka harus di pelajari lingkungan sosial, psikologis, individu dan lembaga-lembaga lain yang mempengaruhi dan membatasi tiap tahap perilaku konsumen dalam proses pembelianya.

Swastha dan Handoko (2000;10) menyatakan “Perilaku konsumen adalah kegiatan-kegiatan yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa termasuk dalam proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan tersebut”.

Perilaku konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan pembelian. Proses pengambilan keputusan pembelian merupakan penyelesaian untuk membeli sesuatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan.

Perilaku konsumen sangat menentukan dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Konsumen lebih teliti ketika memutuskan untuk membeli

barang dan jasa yang konsumen inginkan. Konsumen semakin lama memiliki kebutuhan yang beragam dan cenderung memiliki sifat tidak puas dengan apa yang ada saat ini. Produsen berlomba-lomba untuk memenuhi dengan memberikan suatu produk yang memiliki manfaat yang di inginkan konsumen, dengan begitu produk yang di pasarkan akan dapat diterima oleh masyarakat.

Flexi Trendy adalah produk baru yang di tawarkan untuk memenuhi keinginan konsumennya, maka dari itu TELKOM mengeluarkan produk selain telepon rumah yaitu Flexi Trendy, telepon yang berbentuk ponsel yang bisa di bawa kemana-mana.

Selain di buat telepon Flexi Trendy juga bisa di buat kirim SMS atau pesan singkat. Flexi Trendy ini menggunakan tarif lokal seperti tarif telepon rumah tetapi Flexi Trendy tidak dikenakan biaya perbulan seperti telepon rumah melainkan Flexi Trendy menggunakan Voucher isi ulang pulsa seperti operator lain pada umumnya jadi Flexi Trendy lebih praktis dan simpel dibanding telepon rumah. Flexi Trendy bisa di gunakan untuk ngecek nominal saldo pulsa yang ada pada ponsel tersebut dan tidak akan terjadi pembengkakan biaya untuk pulsa karena peneliti tahu berapa jumlah pulsa yang di gunakan tiap kali untuk telepon.

Keunggulan dari flexi trendy adalah memiliki tarif yang tidak berubah-ubah telepon kemana saja sepuasnya hanya Rp 49 per menit se-Indonesia, yaitu dengan cara tekan: 01017 + Kode area + Nomer tujuan. Layanan flexi trendy ini bukanlah tarif promo saja seperti yang di lakukan oleh operator lain. Selain telepon yang tidak mahal Flexi Trendy juga memiliki keunggulan lainnya yaitu bisa di bawa keluar kota tanpa ganti-ganti nomer baru hanya dengan cara

mengaktifkan Flexi Combo saja sudah bisa dibuat telepon atau terima telepon di luar kota. Cara aktifkan Flexi Combo sangat mudah yaitu dengan cara sebelum berangkat ke kota tujuan mengetik: ON (spasi) kota tujuan di kirim ke 777. Apa bila sampai di kota tujuan lupa tidak mengaktifkan Flexi Combo tidak perlu khawatir tidak bisa di gunakan untuk telepon karena Flexi Combo bisa di aktifkan di kota tujuan dengan cara tekan: *777* Kode area kota tujuan # (OK). (Jawa Pos: 25 September 2008).

Harga isi ulang pulsa flexi trendy tidak mahal harganya sangat terjangkau bagi semua lapisan masyarakat karena Flexi Trendy menyediakan Voucher isi ulang pulsa mulai dari nominal Rp 5000 sehingga semua masyarakat mampu untuk membeli Voucher isi ulang flexi trendy.

Ada beberapa faktor pertimbangan awal yang mendasari konsumen memilih produk Flexi Trendy untuk di jadikan sebagai pemuas kebutuhan dan keinginan konsumen:

Faktor Produk menurut Tjiptono (2000;95). Produk adalah sesuatu yang ditawarkan Produsen untuk di perhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.

Tarif merupakan istilah lain dari harga dalam bisnis jasa (Lupioadi, 2006;98) Menurut Alma (2004;105) harga merupakan “suatu pemberian nilai suatu barang yang mampu mencerminkan tingkat keputusan membeli konsumen”

Tingkat pengambilan keputusan konsumen dalam membuat keputusan pembelian merek di pengaruhi oleh faktor lingkungan. Proses pemecahan masalah konsumen sangat di pengaruhi oleh jumlah pengetahuan produk yang konsumen

dapatkan dari sepanjang pengalaman masa lalu konsumen, dan melalui tingkat keterlibatan mereka dengan produk atau proses pemilihan. (Setiadi, 2003;427)

Tujuan utama dari kartu pra bayar Flexi Trendy adalah menciptakan dan mempertahankan pelanggannya. Menciptakan pelanggan artinya memperoleh pelanggan sebanyak mungkin melalui peningkatan produk yang ditawarkan itu sendiri sedangkan mempertahankan pelanggan artinya sedapat mungkin membina hubungan baik dengan pelanggan agar terciptanya loyalitas pelanggan.

Dengan melihat permasalahan di atas, mendorong peneliti untuk mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Tarif dan Lingkungan dalam keputusan konsumen menggunakan kartu Flexi Trendy di Kecamatan Balongpanggang Kabupaten Gresik”**

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Faktor kualitas Produk dapat mempengaruhi konsumen dalam menggunakan kartu pra bayar Flexi Trendy di Kecamatan Balongpanggang Kabupaten Gresik?
2. Apakah Faktor Tarif (Harga) dapat mempengaruhi konsumen dalam menggunakan kertu pra bayar Flexi Trendy di Kecamatan Balongpanggang Kabupaten Gresik?
3. Apakah Faktor Lingkungan dapat mempengaruhi konsumen dalam menggunakan kartu pra bayar Flexi Trendy di Kecamatan Balongpanggang Kabupaten Gresik?

4. Apakah faktor kualitas Produk, Tarif(Harga) dan Lingkungan berpengaruh secara simultan terhadap konsumen untuk menggunakan kartu pra bayar Flexi Trendy di Kecamatan Balongpanggang Kabupaten Gresik?

1.3 Tujuan penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang ada, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh faktor kualitas Produk terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan kartu pra bayar Flexi Trendy di kecamatan Balongpanggang kabupaten Gresik.
2. Untuk mengetahui pengaruh faktor Tarif(Harga) terhadap pengaruh konsumen dalam menggunakan kartu pra bayar Flexi Trendy di kecamatan Balongpanggang kabupaten Gresik.
3. Untuk mengetahui pengaruh faktor Lingkungan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan kartu pra bayar Flexi Trendy di kecamatan Balongpanggang kabupaten Gresik.
4. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan faktor kualitas Produk, Tarif(Harga) dan Lingkungan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan kartu pra bayar Flexi Trendy di kecamatan Balongpanggang kabupaten Gresik.

1.4 Manfaat penelitian

1. Bagi TELKOM

Dapat memberikan masukan bagi manajemen Flexi Trendy tentang kepuasan konsumen dan sekaligus evaluasi kinerja dalam upaya meningkatkan kualitas produk sehingga menjadi sumber keunggulan daya saing yang berkelanjutan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi, dan sebagai bahan pertimbangan baik untuk menambah pengetahuan maupun sebagai bahan perbandingan untuk melakukan penelitian lebih lanjut.