

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini, dunia mengalami perkembangan yang sangat pesat. Perkembangan tersebut salah satunya terjadi pada bidang teknologi, terutama pada teknologi komunikasi. Perkembangan teknologi komunikasi salah satunya ditunjukkan dengan adanya kemajuan dari alat komunikasi. Telepon yang kini mungkin ditinggalkan karena sebagian besar orang sudah beralih pada *smartphone*. Dengan menggunakan *smartphone* setiap orang dapat memperoleh informasi dengan mudah dan cepat hanya melalui genggamannya dengan menggunakan internet.

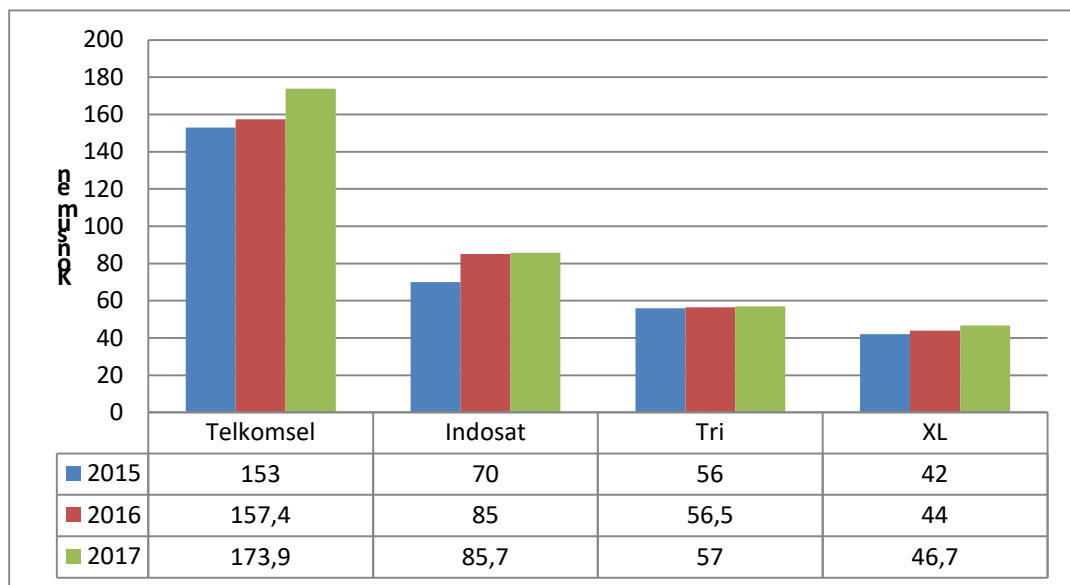
Indonesia merupakan salah satu Negara yang memiliki pengguna *smartphone* terbanyak. Indonesia menduduki urutan kedua setelah Amerika Serikat dari lima negara pengguna *smartphone* terbanyak. Jumlah *smartphone* aktif di Indonesia sekitar 250.100.000 buah, hal ini disebabkan karena masyarakat Indonesia tergiur dengan *smartphone* yang semakin canggih (www.vebma.com 22/03/2017, diakses 04/03/2018).

Adanya fenomena mengenai banyaknya masyarakat Indonesia yang menggunakan *smartphone* maka akan berpengaruh terhadap penggunaan paket data internet atau yang biasa disebut dengan kuota internet. Kuota yang ada di dalam paket internet merupakan batasan paket yang diberikan oleh para operator dimana dapat digunakan pelanggan untuk mengakses internet (Danik, 2017:18).

Kuota paket internet dapat digunakan untuk mengakses internet seperti *chatting*, mencari informasi dan dapat juga dijadikan sebagai hiburan.

Kartu paket data internet saat ini sudah banyak ditemukan di berbagai provider dan masing-masing mempunyai keunggulan, sehingga konsumen memiliki kebebasan untuk memilih paket data internet apa yang akan digunakan. Kemudahan dalam mengakses internet menjadi salah satu hal penting bagi perusahaan operator. Beberapa provider yang memiliki kartu data internet atau paket data adalah Telkomsel, Indosat, XL dan 3 (Tri).

Adapun data mengenai jumlah pelanggan kartu perdana internet dari ke empat provider tersebut dari tahun 2015-2017 yaitu sebagai berikut:



Sumber : www.katadata.co.id (2018)

Gambar 1.1
Jumlah Pelanggan Kartu Perdana Internet Tahun 2015-2017

Pada gambar 1.1 menunjukkan bahwa Telkomsel memiliki jumlah pelanggan tertinggi diantara provider lainnya pada tahun 2015 hingga 2017. Pada

tahun 2015 Telkomsel memiliki jumlah pelanggan sebesar 153 juta orang. Sedangkan pada tahun 2016 naik sejumlah 157,5 juta pelanggan dan pada tahun 2017 mengalami kenaikan yang cukup tinggi yaitu sebesar 173,9 juta pelanggan, dan pelanggan provider lain seperti Indosat, Tri, XL, berada di bawah Telkomsel.

Telkomsel merupakan perusahaan BUMN yang bergerak pada teknologi komunikasi dan informasi. Telkomsel memulai dengan teknologi nirkabel atau yang disebut dengan GSM. Pada tahun selanjutnya hadir PT. Satelit Palapa Indonesia yaitu operator GSM yang pertama memunculkan kartu SIM. Telkomsel merupakan operator telekomunikasi terbesar di Indonesia dengan peningkatan penjualan atau pemakaian tertinggi khususnya di wilayah Indonesia. Jaringan Telkomsel telah meliputi 288 jaringan *roaming international* di 155 negara. Pada tahun 2011, Telkomsel telah mengeluarkan secara resmi layanan 4G *Long Term Evolution* (LTE) pertama. Layanan yang biasa disebut dengan 4G LTE tersebut merupakan standart akses komunikasi data tingkat tinggi yang berfungsi untuk mengakses data lebih cepat yang kecepatan datanya mencapai 36 Mbps (www.sejarahtelkomsel.com 26/05/2008, diakses 01/04/18) dan dari pembaruan dengan teknologi 4G LTE Telkomsel mampu naik urutan ke enam sebagai operator seluler dalam hal jumlah pelanggan yang mampu melayani lebih dari 143 pelanggan (www.katadata.co.id, diakses 01/04/18).

Telkomsel memiliki 4 produk yaitu kartu Hallo, simPATI, AS, dan LOOP. Selain memiliki nilai penjualan yang naik setiap tahunnya, Telkomsel juga mempunyai beberapa prestasi atau penghargaan. Sejak tahun 2015 operator GSM memiliki gelar sebagai *best digital service*, *best mobile payment* dan *best GSM*

operator (www.kompas.com 09/04/2015, diakses 10/04/18). Telkomsel juga menduduki peringkat pertama sebagai jaringan tercepat di Indonesia baik jaringan 3G maupun 4G (www.berbagiilmu.com 22/02/2017, diakses 10/04/2018).

Penelitian ini dilakukan di Universitas Muhammadiyah Gresik karena pangsa pasar dari Telkomsel sendiri 80% di kuasai oleh anak muda khususnya mahasiswa (www.jpnn.com 16/10/2017, diakses 09/04/2018). Hal tersebut mengharuskan pihak Telkomsel untuk berfikir lebih kreatif dan inovatif supaya Telkomsel dapat menang dalam persaingan dengan operator lain. Selain alasan tersebut, Telkomsel juga mempunyai kegiatan *open table* yang dilakukan didepan kampus Universitas Muhammadiyah Gresik. Hal tersebut dilakukan oleh Telkomsel karena Universitas Muhammadiyah Gresik merupakan target yang dituju oleh salah satu kantor Telkomsel cabang kota Gresik, kegiatan tersebut dilakukan untuk meningkatkan penjualan kartu internet Telkomsel.

Penelitian ini hanya menggunakan mahasiswa aktif dari prodi manajemen Universitas Muhammadiyah Gresik angkatan 2017 untuk dijadikan sampel karena memilih tahun terbaru dari data mahasiswa yang ada di Universitas Muhammadiyah Gresik, selain itu mahasiswa angkatan tahun terbaru pasti masih banyak yang aktif dalam mengikuti mata kuliah dan prodi manajemen mempunyai jumlah mahasiswa terbanyak dibandingkan dengan program studi lain yang ada di Universitas Muhammadiyah Gresik. Berikut adalah data jumlah mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Gresik.

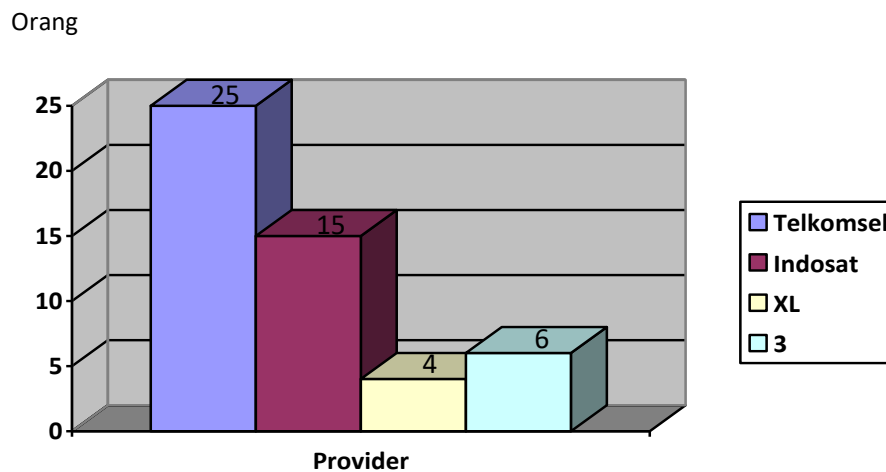
Tabel 1.1
Jumlah Mahasiswa Aktif
Universitas Muhammadiyah Gresik Angkatan 2017

Program Studi	Jumlah Mahasiswa
Agroteknologi	15
Akuakultur	13
Manajemen	251
Akuntansi	126
Kewirausahaan	9
Pendidikan Matematika	24
Pendidikan Bahasa Inggris	44
Pendidikan Guru Sekolah Dasar	64
Pendidikan Agama Islam	68
Teknik Industri	176
Informatika	86
Teknik Elektro	46
Psikologi	80
Hukum	18

Sumber: Biro Administrasi Akademik Universitas Muhammadiyah Gresik (2018)

Peneliti melakukan pra *survey* terlebih dahulu yang ditujukan kepada 50 mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Gresik angkatan tahun 2017. Dari hasil pra *survey* tersebut ditemukan fenomena bahwa kartu paket data internet yang paling banyak digunakan oleh mahasiswa manajemen Universitas Muhammadiyah Gresik adalah kartu internet dari provider Telkomsel.

Berikut adalah hasil dari pra *survey* yang telah dilakukan kepada mahasiswa manajemen Universitas Muhammadiyah Gresik.



Sumber: Mahasiswa Aktif Program Studi Manajemen UMG Angkatan Tahun 2017

Gambar 1.2
Hasil Pra Survey Mahasiswa Aktif
Program Studi Manajemen UMG Angkatan Tahun 2017

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian menurut Phillip Kotler (2009:202) yaitu faktor budaya, faktor sosial yang meliputi kelompok acuan, keluarga serta peran dan status, faktor pribadi yang meliputi usia, pekerjaan, gaya hidup dan kepribadian serta faktor psikologis yang meliputi motivasi, persepsi, pembentukan sikap dan integrasi. Pada penelitian yang dilakukan oleh Joshua dan Patmila (2016:1) mengatakan bahwa yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk dan harga. Samosir dan Prayoga (2015:1) mengatakan bahwa yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah harga dan promosi.

Penelitian ini menggunakan variabel harga, kualitas produk dan promosi yang diduga dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk membayar suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk mendapatkan manfaat dari menggunakan produk maupun jasa (Kotler dan Amstrong, 2008:345). Penetapan

harga yang tinggi akan mempengaruhi konsumen untuk tidak membeli produk yang ditawarkan perusahaan, sebaliknya apabila perusahaan menetapkan harga yang rendah maka akan mempengaruhi minat beli konsumen (Tjiptono, 2008:152).

Telkomsel merupakan provider yang memiliki harga yang relatif tinggi atau mahal dibandingkan dengan provider lainnya. Perusahaan mengatakan membutuhkan biaya yang tinggi untuk perawatan, perbaikan dan khususnya kegiatan operasional alat pemancar sinyalnya. Hal tersebut dilakukan agar Telkomsel tetap bisa memberikan pelayanan hingga ke pelosok Indonesia (www.semberani.com 29/08/2016, diakses 10/04/2018). Berikut adalah data yang menunjukkan bahwa Telkomsel memiliki harga yang lebih tinggi diantara provider lainnya.

Tabel 1.2
Daftar Harga Kuota Internet
Telkomsel, Indosat, XL dan 3

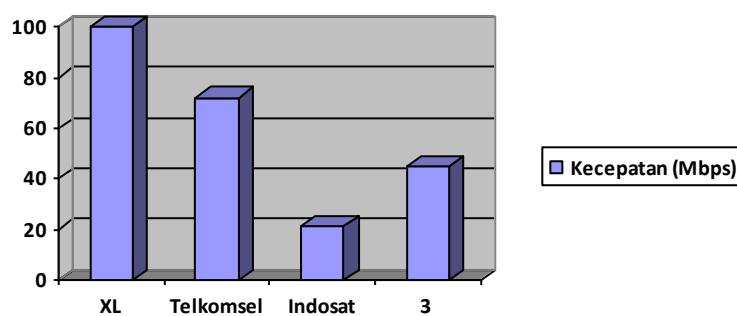
Provider	Harga (Rp)			
	2 Gb	6 Gb	7 Gb	11 Gb
Telkomsel	25.000	45.000	55.000	75.000
Indosat	23.000	-	-	70.000
XL	18.000	30.000	45.000	65.000
3	16.000	36.000	-	65.000

Sumber: www.semberani.com

Dari tabel diatas menjelaskan bahwa Telkomsel memiliki harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan provider lainnya yaitu Indosat, XL dan 3. Konsep dari Tjiptono (2008:152) yang menyatakan apabila produk memiliki harga yang tinggi akan mengurangi minat beli konsumen, namun dari hasil data yang menunjukkan Telkomsel mempunyai fenomena harga yang lebih tinggi daripada provider lainnya

tetapi memiliki penjualan yang tinggi diantara provider lainnya, fenomena tersebut tidak bisa menjelaskan atau tidak sejalan dengan konsep dari Tjiptono (2008:152). Fenomena tersebut juga bertentangan dengan hukum permintaan yang menyatakan bahwa apabila harga suatu produk naik maka jumlah permintaan produk akan menurun.

Kualitas suatu produk ataupun jasa ditentukan melalui beberapa dimensi. Dimensi kualitas produk menurut Tjiptono (2008:25) seperti kinerja, daya tahan, kesesuaian dengan spesifikasi, fitur, reliabilitas, estetika, kesan kualitas dan kemampuan layanan. Salah satu kualitas yang dimiliki Telkomsel yaitu jaringan 4G LTE, tetapi jaringan tersebut juga dimiliki oleh provider lainnya seperti XL, Indosat dan Smartfren. Berdasarkan berita yang dikutip dari www.mozaic.co.id (28/04/2017, diakses 14/04/18) mengatakan bahwa Telkomsel mempunyai kualitas jaringan 4G LTE yang kalah dengan XL.



Sumber:www.mozaic.co.id (2017)

Gambar 1.2
Kecepatan Jaringan 4G LTE XL, Telkomsel, Indosat dan 3

Gambar tersebut menunjukkan bahwa XL memiliki kecepatan sekitar 100 Mbps dibanding provider lainnya. Pada Telkomsel memiliki urutan kedua setelah

XL yaitu 72 Mbps. Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk pada Telkomsel masih kalah dengan kualitas produk dari XL. Pada provider Indosat memiliki kecepatan sebesar 21,3 Mbps dan pada kartu 3 memiliki kecepatan sebesar 45 Mbps. Sinyal Telkomsel juga masih sulit didapatkan di beberapa wilayah pelosok, hal tersebut mengartikan bahwa jaringan tower yang dimiliki oleh Telkomsel belum memenuhi sekitarnya. Kualitas produk Telkomsel masih dibawah XL, namun dari data penjualan yang didapat menunjukkan bahwa Telkomsel mempunyai penjualan yang lebih tinggi daripada XL.

Penggunaan variabel promosi pada penelitian ini dikarenakan saran dari penelitian terdahulu. Promosi mempunyai tujuan untuk mempengaruhi atau membujuk pelanggan. Sarana promosi yang biasa dilakukan oleh perusahaan dapat berupa periklanan, promosi penjualan, publisitas dan penjualan pribadi (Riyono dan Budiharja, 2016:102). Berita yang dikutip dari www.dionbarus.com (07/05/17 diakses 16/04/18) mengatakan bahwa Telkomsel telah melakukan penghapusan secara massal paket Promo Rame Internet dan Internet Murah Super Kuota, hal tersebut membuat para pelanggan Telkomsel kehilangan promo paket murah di menu USSD mereka. Promo tersebut juga tidak bisa dinikmati oleh seluruh pengguna kartu internet Telkomsel, hanya beberapa pengguna saja yang bisa menggunakan paket promo di menu USSD mereka.

Selain adanya fenomena di setiap variabel bebas tersebut, pemilihan variabel pada penelitian ini juga berdasarkan karena adanya perbedaan hasil atau yang biasa disebut dengan *research gap* dari ketiga variabel yaitu harga, kualitas

produk dan promosi pada penelitian terdahulu. Berikut adalah tabel ringkasan *research gap* dari penelitian terdahulu.

Tabel 1.3
Mapping Research Gap

Variabel	Habibah & Sumiati (2016)	Riyono & Budiharja (2016)	Rawung, <i>et al</i> (2015)	Murwatiningsih & Apriliani (2013)	Khakim (2014)	
Harga	√	√+	√	x	√+	Inkonsistensi
Kualitas Produk	√	√+	x	√	√+	Inkonsistensi
Promosi	-	√-	-	-	√+	Inkonsistensi

Sumber: Berbagai Jurnal yang Diolah

Dengan mempertimbangkan fenomena serta adanya perbedaan hasil penelitian (*research gap*) dari penelitian terdahulu maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tersebut dengan judul : “Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Internet Telkomsel di Universitas Muhammadiyah Gresik (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya maka rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian kartu internet Telkomsel di Universitas Muhammadiyah Gresik?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian kartu internet Telkomsel di Universitas Muhammadiyah Gresik?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian kartu internet Telkomsel di Universitas Muhammadiyah Gresik?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian kartu internet Telkomsel di Universitas Muhammadiyah Gresik.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kartu internet Telkomsel di Universitas Muhammadiyah Gresik.
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian kartu internet Telkomsel di Universitas Muhammadiyah Gresik.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan uraian tujuan penelitian tersebut, adapun manfaat dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Bagi teoritis, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu manajemen pemasaran, serta dapat membuka wawasan yang lebih luas bagi kalangan akademisi untuk menyempurnakan penelitian mengenai keputusan pembelian ini.
2. Bagi praktisi, penelitian ini diharapkan bisa memberikan informasi bagi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian terhadap suatu produk ataupun jasa.