

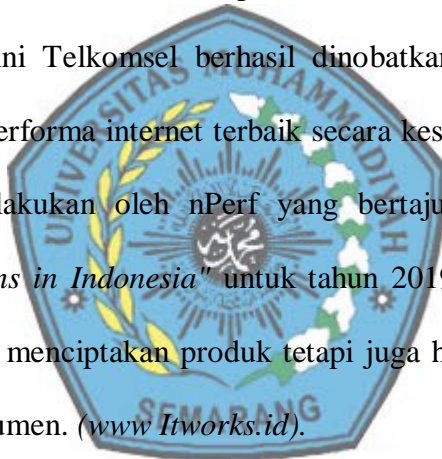
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

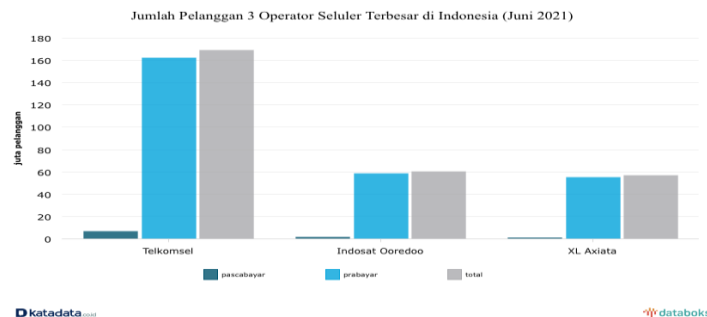
Seiring dengan kemajuan dan perkembangan dunia industri di era disrupsi, telekomunikasi di Indonesia saat ini banyak kartu perdana bermunculan seperti Telkomsel, Indosat, Smartfren, XL Axiata dan masih banyak lagi. Beberapa perusahaan bersaing untuk mengeluarkan atau menawarkan paketan internet yang telah terisi kuota atau yang bisa disebut paketan sekali pakai. Perusahaan jasa telekomunikasi berlomba menawarkan produk mereka dengan berbagai fitur.

Untuk saat ini Telkomsel berhasil dinobatkan sebagai operator seluler yang menawarkan performa internet terbaik secara keseluruhan. Berdasarkan dari riset yang telah dilakukan oleh nPerf yang bertajuk, "*Barometer of Mobile Internet Connections in Indonesia*" untuk tahun 2019. Produsen dituntut untuk tidak hanya sekedar menciptakan produk tetapi juga harus memahami keinginan dan kebutuhan konsumen. (www.Itworks.id).



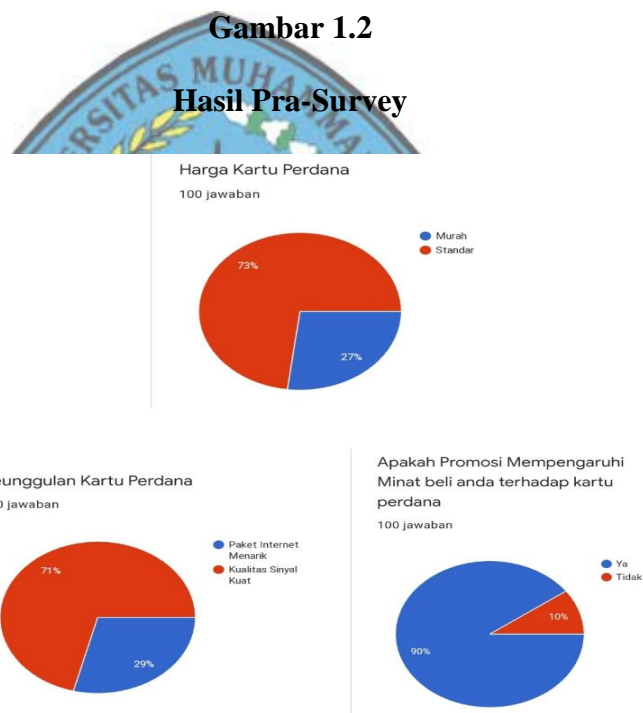
Gambar 1.1

Jumlah Pelanggan 3 Operator Seluler Terbesar di Indonesia (2021)



<https://databoks.katadata.co.id/e4052eaf-be04-4ce9-997e-4a514b4816e7>

Pada Tabel 1.1 PT Telekomunikasi Seluler (Telkomsel) menjadi operator seluler dengan pengguna terbanyak di Indonesia pada Juni 2021. Anak usaha PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk tersebut memiliki 169,2 juta pelanggan pada Juni 2021, meningkat 5,7% dari periode yang sama tahun sebelumnya. PT Indosat Ooredoo Hutchison Tbk berada di posisi kedua lantaran memiliki 60,3 juta pelanggan, tumbuh 5,3% dari periode yang sama tahun sebelumnya dibanding. Setelahnya ada PT XL Axiata Tbk dengan 56,77 juta pelanggan pada Juni 2021, tumbuh 1,96% dari posisi Juni 2020. Berdasarkan kinerja keuangannya, Telkomsel mencatatkan laba bersih sebesar Rp 12,75 triliun pada 2021. Nilai tersebut tumbuh 0,31% dari periode yang sama tahun sebelumnya Rp 12,71 triliun. Telkomsel Jadi Operator Seluler Andalan Pelanggan Indonesia.



Sumber: Hasil Pra-Survey, 2022

Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian konsumen diantaranya Harga, Kualitas Produk dan Strategi Promosi. Hasil Penelitian Pendahuluan diatas menjelaskan bahwa Harga sangat berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Telkomsel. Penelitian ini sejalan dengan Jurnal penelitian yang dilakukan oleh Agustin Melita Yesi (2016) yang menyatakan bahwa Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Kotler dan Amstrong (2016) berpendapat bahwasannya “Harga adalah sejumlah nilai yang konsumen berikan untuk dapat merasakan manfaat atau menggunakan produk atau jasa tersebut”.

Hasil Pra-Suevey diatas menjelaskan bahwa Kualitas Produk sangat berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Telkomsel. Penelitian ini sejalan dengan jurnal penelitian yang dilakukan oleh Putri Yelvi Eka (2019) yang menyatakan bahwa Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Menurut Kotler dan Keller (2015) Kualitas Produk adalah Kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian adalah Strategi Promosi. Hasil Penelitian Pendahulun menjelaskan bahwa Strategi Promosi sangat berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Telkomsel. Penelitian ini sejalan dengan Jurnal Penelitian yang dilakukan oleh Mongi Lidya dkk (2013) yang menyatakan bahwa Strategi Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Kotler dan Keller (2015) Strategi Promosi adalah berbagai cara untuk

menginformasikan, membujuk dan menginginkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang suatu produk atau merek yang dijual.

Selama pembelajaran atau kuliah *online* banyak fenomena yang ditemukan bahwa mahasiswa yang menggunakan pembelajaran daring memiliki kelemahan atau masalah pada jaringan internet. Saat ini menjadi permasalahan dalam pembelajaran model daring yang diterapkan di Universitas Muhammadiyah Semarang.

Menanggapi Fenomena tersebut, Pembelian Kartu Internet Telkomsel menjadi salah satu solusi Mahasiswa Prodi Manajemen Kelas Reguler Universitas Muhammadiyah Semarang. Mereka memilih Paket Internet Telkomsel karena jangkauan jaringan Telkomsel mampu menjangkau tempat tinggal mahasiswa dan sinyalnya yang sangat kuat dibanding provider yang lain. Namun dari segi Harga, banyak yang mengatakan bahwa Kartu Internet Telkomsel terkenal dengan Harganya yang tergolong mahal dibandingkan dengan kartu operator lainnya .

Berdasarkan Latar Belakang Masalah yang diuraikan diatas, peneliti tertarik untuk mengambil judul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel (Study Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Kelas Reguler Universitas Muhammadiyah Semarang)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel?
2. Bagaimana Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel ?
3. Bagaimana Pengaruh Strategi Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel ?
4. Bagaimana Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Strategi Promosi secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel?

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Umum

Identifikasi "Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Strategi Promosi dan Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Kelas Reguler Universitas Muhammadiyah Semarang)" untuk kepentingan perusahaan maupun pelanggan Kartu Telkomsel.

1.3.2 Tujuan Khusus

Tujuan Penelitian Sesuai dengan rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis dan mendeskripsikan bagaimana pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel.

2. Menganalisis dan mendeskripsikan pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel.
3. Menganalisis dan mendeskripsikan pengaruh Strategi Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel.
4. Menganalisis dan mendeskripsikan pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Strategi Promosi secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel.

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Bagi pengembangan ilmu pengetahuan hasil penelitian ini dapat memberi informasi dan wawasan mengenai faktor-faktor dalam bidang pemasaran.

2. Acuan Kebijakan Operasional

Untuk mengetahui dan menganalisa yang dapat memberikan informasi bagi perusahaan berupa kinerja pemasaran yang dapat mempengaruhi Harga, Kualitas Produk dan Strategi Promosi.

3. Pedoman Kebijakan Strategis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan informasi yang berharga bagi perusahaan untuk perbaikan proses perencanaan strategi dalam bersaing dipasar, serta menilai kekurangan dalam penerapan proses tersebut.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk dapat memperoleh gambaran dalam penyusunan serta memudahkan dalam mempelajari dan memahami penelitian ini, maka penulis memberikan sistematika penulisan yang dibagi menjadi lima bab. Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Pada bab pendahuluan akan dijelaskan gambaran awal penelitian ini, yang meliputi latar belakang sebagai dasar pengambilan tema penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika pembahasan.

Bab II Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi Landasan Teori yang terdiri dari Pemasaran : Pengertian Pemasaran, Konsep Pemasaran, Bauran Pemasaran / Marketing Mix. Keputusan Pembelian : Pengertian Keputusan Pembelian, Tahap-tahap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian dan Dimensi Keputusan Pembelian. Harga: Pengertian Harga, Metode Penetapan Harga, Tujuan dari Penetapan Harga. Kualitas Produk : Pengertian Kualitas Produk dan Dimensi Kualitas Produk. Strategi Promosi : Pengertian Strategi Promosi, Tujuan Promosi, dan Bauran Promosi, Penelitian Terdahulu, Kerangka Pemikiran dan Pengembangan Hipotesis.

Bab III Metode Penelitian

Pada bab ini berisi metode penelitian yang merupakan penjabaran tentang Variabel penelitian dan definisi operasional: variabel bebas dan variabel

terikat, populasi dan sampel, Jenis dan sumber data: jenis penelitian, sumber data penelitian, Metode pengumpulan data: kuesioner, Metode analisis: metode analisis data, metode reabilitas dan validitas, regresi linear berganda, uji asumsi klasik, dan uji hiptotesi.

Bab IV Pembahasan

Pada bab ini berisi tentang hasil penelitian secara sistematis dari gambaran umum responden kemudian hasil penelitian dianalisis dengan menggunakan metodologi penelitian serta metode analisis data seperti analisis deskriptif, pengujian validitas dan reabilitas instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linier, uji t, uji F dan koefisien determinasi yang telah ditetapkan untuk pembahasan.

Bab V Penutup

Bab ini terdiri atas kesimpulan penelitian dan saran. Pada akhir bagian ini, penulis mencantumkan data atau dokumen berupa daftar pustaka, lampiran-lampiran dan riwayat hidup.

