

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dengan perkembangan teknologi dan informasi serta pertumbuhan dan penyebaran penduduk yang sangat pesat sekarang ini, sangat lah memberikan dampak pada segala aspek kehidupan manusia. Salah satunya adalah akan tuntutan untuk berkomunikasi dengan lancar dalam menyampaikan informasi. Komunikasi adalah merupakan dasar interaksi antar manusia dan dapat terjadi pada siapa saja baik antara dosen dengan mahasiswa, orang tua, dengan anak, pimpinan dengan bawahan, pacar, teman dan lain sebagainya.

Lahirnya bermacam – macam kartu seluler atau kartu SIM (Subcider Identity Module) mempunyai korelasi yang sangat kuat terhadap perkembangan telepon seluler (handphone) ataupun smartphome dan kebutuhan masyarakat yang selalu ingin going mobile. Dengan adanya tuntutan seperti itu membuat para perusahaan – perusahaan yang bergerak dibidang telekomunikasi berlomba – lomba mengeluarkan SIM (Subricer Identity Module) yang berbasis teknologi internet ataupun yang lagi maraknya sekarang ini sering disebut kartu kuota internet.

Kartu kuota internet merupakan sebuah produk yang penting bagi para pengguna handphone ataupun smartphome. Di Indonesia saat ini terdapat beberapa merek bagi para pengguna telepon seluler (handphone) ataupun smartphome, contohnya yaitu Telkomsel, Indosat, XL, Tri, Axis dan lain sebagainya. Konsumen memiliki banyak variasi terhadap pemilihan dan penggunaan setiap kartu kouta internet.

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis faktor-faktor apa saja yang dipertimbangkan seorang konsumen didalam membeli kartu kuota internet. Berikut ini adalah tabel penjualan kartu kouta internet di yosonsel pekanbaru.

Tabel 1.1
Data Penjualan Kartu Kuota Internet Yos Ponsel 2016

Provider	Juli	Agustus	September	Oktober
Tri	823	1090	1150	1187
Telkomsel	267	373	404	389
Indosat	153	234	286	253
Axis	257	425	557	593
XL	108	170	266	305

Sumber : Yos Ponsel Pekanbaru

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa jumlah penjualan kartu kuota internet di Yos Ponsel Pekanbaru dari bulan juli-oktober tahun 2016 mengalami kenaikan, hanya pada bulan oktober telkomsel dan indosat mengalami penurunan, karena hasil dari tanggapan konsumen dalam memilih kartu kouta internet tersebut berbeda – beda. Konsumen bisa saja berpindah provider pada saat ingin membeli kartu kuota internet tergantung dari promo – promo yang diberikan masing - masing provider. Dari data penjualan diatas diketahui bahwa dari lima penyedia layanan operator tersebut kartu kuota internet yang paling banyak diminati konsumen adalah kartu kuota internet Tri, Telkomsel, dan Axis.

Persaingan antara operator atau provider pun semakin ketat sekarang ini, karena semua operator atau provider berusaha dalam meraih pasar dan keuntungan

dari para pelanggannya, mulai dari persaingan produk, persaingan harga, hingga persaingan promosi iklan di media cetak maupun media elektronik.

Dengan banyaknya pilihan kartu kuota internet yang di pasaran berarti memberikan keleluasaan bagi konsumen untuk memilih merek yang sesuai dengan keinginannya. Sehingga banyak dari konsumen yang sering berganti operator atau provider untuk memilih beberapa layanan dari beberapa operator tersebut, dengan tujuan agar mendapatkan kemudahan dan kelancaran dalam menggunakan internet, mendapat kualitas internet yang baik dan harga murah yang ditawarkan karena setiap operator tentunya memiliki kelebihan bagi setiap operator atau provider. Bagi para konsumen, apa yang mereka inginkan tentunya selalu ingin dipuaskan terhadap suatu produk atau jasa yang mereka beli dan mereka gunakan. Oleh karena itu perusahaan harus berorientasi pada keinginan konsumen agar dapat mempertahankan hidup perusahaan dengan cara menetapkan strategi yang baik.

Dalam membeli kartu kuota internet akan dipengaruhi oleh beberapa faktor yang datang dari unit usaha yang mana bisa dikendalikan oleh unit usaha itu sendiri. Faktor – faktor tersebut adalah kualitas produk, harga, dan promosi. Semua faktor ini merupakan faktor yang sangat penting terhadap keputusan pembelian kartu kuota internet yang mana saling berkaitan antara satu dengan yang lain, ketiga faktor tersebut sering disebut bauran pemasaran (marketing mix). Sebagai unit usaha yang ingin mempertahankan kelangsungan hidupnya, perusahaan harus mengetahui apa yang menyebabkan konsumen membeli produk tersebut, dengan mengetahui apa yang menyebabkan konsumen ingin membeli, maka perusahaan dapat menentukan dan menyusun strategi yang kompetitif khususnya marketing mix, sehingga perusahaan dapat menarik lebih banyak konsumen dan

mempertahankan konsumennya. Berikut ini adalah tabel harga – harga kartu kouta internet di Yos Ponsel pekanbaru.

Tabel 1.2
Keterangan Harga Kartu Kouta Internet Pada Yos Ponsel

	T	T	I	A	X
	17.	25.	50.	28.	25.
	1	2	1	2	1
	C	C	C	C	C
	C	C	C	C	C
	C	C	C	C	C
	25.	50.	28.	25.	30.
	2	2	2	2	2
	C	C	C	C	C
	C	C	C	C	C
	C	C	C	C	C

3	33.	4	65.	3	43.	3	35.	4	42.
	C		C		C		C		C
	C		C		C		C		C
	C		C		C		C		C
4	58.		50.	9	43.	5	50.	6	62.
	C		C		C		C		C
	b		C		C		C		C
	C		C		C		C		C
	C		C		C		C		C
5	50.		65.		65.		35.		40.
	C		C		C		C		C
	b		b		b		b		C
	C		C		C		C		C
	C		C		C		C		C
6	80.							1	65.
	C								C
	C								C
	C								C

Sumber : Yos Ponsel Pekanbaru

Tabel keterangan harga pada Yos Ponsel pekanbaru menunjukkan bahwa banyak pilihan atau variasi kartu kuota internet dan variasi harga menjadi pilihan bagi konsumen untuk membeli.

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui faktor faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan menggunakan suatu produk khususnya pengaruh faktor bauran pemasaran (3P)

yang ditawarkan para pemasar kartu kuota internet untuk mempengaruhi konsumen terhadap keputusan pembelian kartu kuota internet, untuk itu penulis melakukan penelitian dengan judul : **“Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Kartu Kuota Internet di Yos Ponsel Pekanbaru”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka perumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Apakah faktor produk, harga, dan promosi secara bersama – sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kartu kuota internet di Yos Ponsel Pekanbaru.
- 2) Faktor manakah yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian kartu kuota internet di Yos Ponsel Pekanbaru.

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

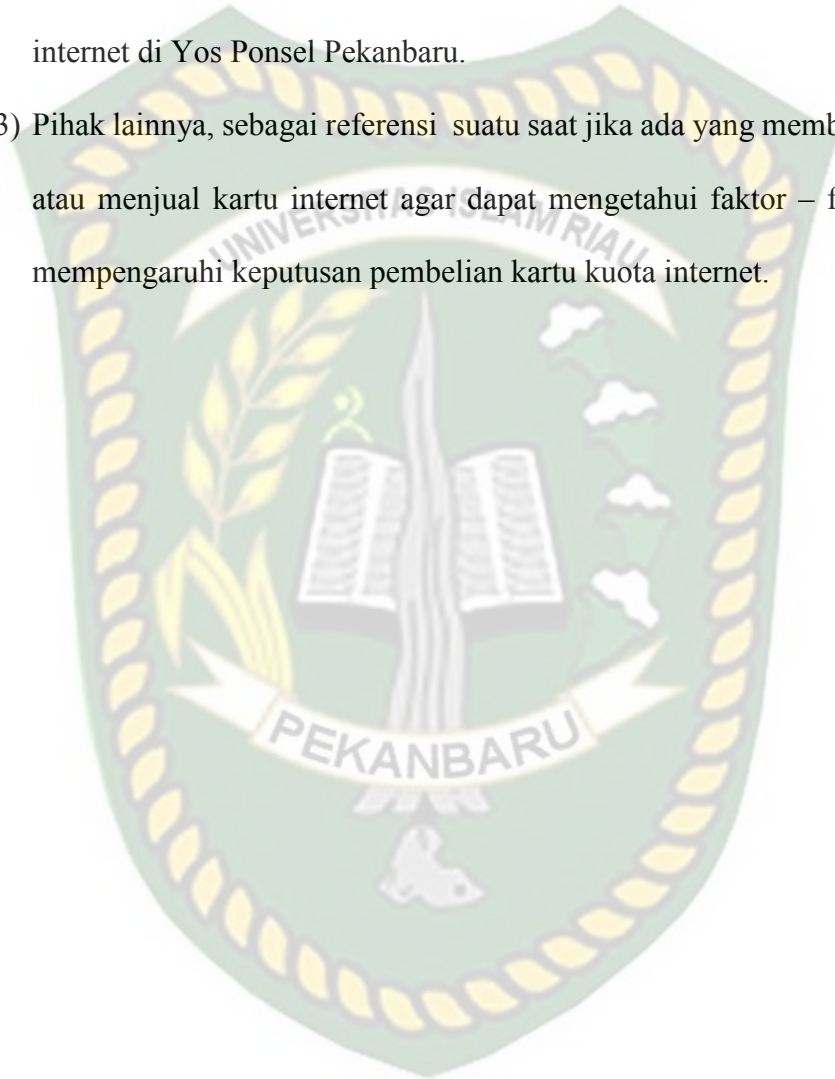
Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah :

- 1) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh faktor produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian kartu kuota internet di Yos Ponsel Pekanbaru.
- 2) Untuk mengetahui dan menganalisis faktor mana yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian kartu kuota internet di Yos Ponsel Pekanbaru.

1.3.2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi :

- 1) Peneliti, sebagai referensi untuk penelitian berikutnya.
- 2) Perusahaan, sebagai masukan dan saran pemikiran yang positif mengenai faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian kartu kuota internet di Yos Ponsel Pekanbaru.
- 3) Pihak lainnya, sebagai referensi suatu saat jika ada yang membuka konter atau menjual kartu internet agar dapat mengetahui faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian kartu kuota internet.



1.4. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis menjabarkan mengenai Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, serta Sistematika Penulisan.

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Pada bab ini dikemukakan landasan teori yang berhubungan dengan penelitian ini, dan juga hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan menjelaskan tentang metode apa yang di gunakan dalam penelitian ini, lokasi/objek penelitian, operasionalisasi variabel penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN

Pada bab ini akan menjelaskan mengenai bagaimana gambaran umum obyek pada penelitian.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan diuraikan mengenai hasil dari analisis data.

BAB VI : PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan dari pembahasan pada bab-bab sebelumnya, serta saran yang dapat diberikan penulis.