

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di Indonesia dunia telekomunikasi sudah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Setiap manusia sudah menggunakan teknologi untuk berkomunikasi, dan itu menjawab kebutuhan manusia untuk berkomunikasi dengan siapa saja. Hal ini membuat perusahaan komunikasi menawarkan jasanya dalam memberikan pelayanan dan menawarkan produk yang bisa menarik konsumen.

Pada tahun 1997, Telkomsel menjadi operator seluler pertama di Asia yang menawarkan GSM prabayar, dimana Telkomsel memberikan solusi kepada para pengguna jasa seluler yang memulai melakukan pengontrolan anggaran komunikasi. Guna menunjang kebutuhan dan kepuasan konsumennya Telkomsel juga memiliki sarana penyaluran guna mempermudah pelanggannya mendapatkan layanannya seperti: berupa *Call Center*, GraPARI, GeraiHALO, KiosHALO, Outlet Dealer, dan M-Kios. Dari segi promosi Telkomsel melakukan promosi melalui media cetak dan media elektronik. Semua yang dimiliki Telkomsel ini digunakan untuk mendukung produknya seperti: KartuHalo (pascabayar), Kartu Simpati (prabayar), Kartu As (prabayar), Telkomsel Flash (*internet*), Kartu Facebook dan lain-lainnya.

Kartu Simpati diposisikan oleh Telkomsel pada peluncurannya tahun 2004 sebagai kartu seluler yang memberi kualitas terbaik dengan harga terjangkau dibandingkan produk-produk sebelumnya serta dilengkapi dengan layanan handal yang didasarkan pada pemenuhan keinginan konsumen. Kartu Prabayar

Telkomsel. Simpati dapat digunakan di seluruh Indonesia dengan tarif terjangkau telepon hemat ke sesama pelanggan Telkomsel maupun operator lain dan SMS hemat untuk mengirim pesan didalam maupun ke luar negeri. Kartu Simpati mempunyai daya jelajah yang bisa menjangkau beberapa wilayah hampir diseluruh pelosok Nusantara, bahkan hingga ke pulau-pulau terpencil.

Kartu Prabayar Telkomsel Simpati memiliki beberapa keunggulan seperti keamanan (bebas dari penyadapan dan penggandaan), aksesibilitas, harga yang terjangkau, mutu prima dan jangkauan GSM yang luas serta menawarkan fitur-fitur yang menarik yang dapat dinikmati pengguna Simpati dengan registrasi anggota Simpati Zone (tidak dikenakan biaya). Berdasarkan data *Top Brand Simcard Prabayar Tahun 2019* dapat dilihat dibawah ini:

Tabel 1.1
Top Brand Simcard Prabayar Tahun 2019

MERЕК	TBI	Kategori
Simpati	40.3%	Baik
IM3	12.7%	Baik
XL Prabayar	12.0%	Baik
Tri '3'	11.0%	Kurang Baik
Kartu AS	9.4%	Kurang Baik

Sumber : <https://www.topbrand-award.com/en/2019/04/simcard-prabayar/>

Berdasarkan tabel 1.1 data yang diperoleh dari *survey* yang dilakukan oleh *top brand simcard award* tahun 2019 dapat dilihat bahwa Simpati memiliki TBI sebesar 40,3%, sementara IM3 memiliki TBI sebesar 12,7% dan XL Prabayar memiliki TBI sebesar 12% hal ini menunjukkan ketiga merek Simcard Prabayar tersebut dalam kategori baik, sementara Tri '3' memiliki TBI sebesar 11% dan Kartu AS memiliki TBI sebesar 9,4% hal ini menunjukkan kedua Simcard Prabayar tergolong kategori kurang baik. Berdasarkan data diatas, dapat di

simpulkan bahwa Simcard yang tergolong baik yaitu presentase di atas 12% dan tergolong kurang baik memiliki di bawah 12%.

Merek Simpati yang sudah melekat di dalam benak masyarakat hal itu menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen sehingga mereka lebih memilih menggunakan Simpati. Dimana kartu Simpati sudah menggunakan jaringan internet 4G LTE. Meskipun harga paket internet Simpati 4G LTE masih relatif mahal, bisa dikatakan jumlah penggunanya terus mengalami kenaikan. Harus diakui bahwa Telkomsel memiliki paket Simpati terbaik dengan jaringan 4G LTE terkuat yang dapat dinikmati para pengguna disebagian besar pulau Jawa, Sumatera, Kalimantan, Sulawesi, dan Bali.

Pengguna operator di Indonesia sebagian besar adalah remaja, dengan kisara 19 sampai 24 tahun di seluruh Indonesia termasuk kota padang(Putra dan Oktaviani, 2017) lebih memilih menggunakan kartu prabayar Simpati dikarenakan 1)kecepatan data mencapai 36mbps. 2)Jangkauan 4G terluas. 3) Bundling perangkat dengan banyak bonus. Sumber: <https://www.pikiran-rakyat.com/ekonomi/pr-01286699/ini-keuntungan-menggunakan-paket-internet-simpat-4g-lte-410358>

Beberapa permasalahan yang dihadapi mahasiswa merupakan pencerminan pengguna produk prabayar Telkomsel Simpati usia muda perlu dipertimbangkan. Banyak diketahui bahwa pada saat ini sudah banyak mahasiswa yang memiliki telepon selular lebih dari satu, dan tentunya nomor yang digunakan bukan dari operator yang sama. Semakin terjangkau harga sebuah ponsel yang juga diikuti oleh pelanggan dari kalangan kartu prabayar, maka peluang untuk

penambahan pelanggan dari kalangan mahasiswa yang memilih salah satu operator yang dianggap cukup memberikan pelayanan dan kualitas.

Selanjutnya jika dilihat berdasarkan survey awal yang dilakukan penelitian terhadap 30 responden pada pengguna Kartu Prabayar Telkomsel Simpati di Kota Padang, dapat dilihat pada tabel 1.2 dibawah ini:

Tabel 1.2
Data survey awal tingkat Keputusan Pembelian pengguna Kartu Prabayar Telkomsel Simpati

No	Pernyataan	Jawaban Responden					Total skor	Interval Penilaian (%)
		SS	S	N	ST	STS		
1	Saya membeli Kartu Prabayar Telkomsel Simpati karena adanya kebutuhan	5	12	5	5	3	101	67,3
2	Saya tertarik membeli Kartu Prabayar Telkomsel Simpati karena informasi yang saya peroleh dari sumber terdekat (kerabat atau teman)	6	10	8	4	2	104	69,3
3	Saya yakin sudah mengambil keputusan yang tepat saat membeli Kartu Prabayar Telkomsel Simpati	6	9	9	5	1	104	69,3
4	Saya melakukan pembelian Kartu Prabayar Telkomsel Simpati berulang-ulang atau lebih dari satu kali	2	4	6	8	10	70	46,7

Sumber : Survey Awal, Maret 2020

Berdasarkan tabel 1.3 diperoleh informasi dari 30 responden yang menjawab item item pernyataan diatas bahwa Saya membeli Kartu Prabayar Telkomsel Simpati karena adanya kebutuhan terhadap keputusan pembelian dari pernyataan tersebut terdapat nilai indeks interval penilaian responden yaitu 67,3% sehingga dapat disimpulkan bahwa (cukup baik) responden dari pernyataan tersebut, 69,3% Saya tertarik membeli Kartu Prabayar Telkomsel Simpati karena informasi yang saya peroleh dari sumber terdekat (kerabat atau teman) sehingga dapat

disimpulkan (cukup baik) responden dari pernyataan tersebut, 69,3% Saya yakin sudah mengambil keputusan yang tepat saat membeli Kartu Prabayar Telkomsel Simpati sehingga dapat disimpulkan (cukup baik) responden dari pernyataan tersebut dan 46,7% Saya melakukan pembelian Kartu Prabayar Telkomsel Simpati berulang-ulang atau lebih dari satu kali sehingga dapat disimpulkan (sangat tidak baik) responden dari pernyataan tersebut.

Berdasarkan tabel diatas dapat di simpulkan bahwa Tingkat Capaian Responden (TCR) memiliki nilai rata-rata sebesar 63,15%. Nilai tersebut berada pada kategori antara 55-64,99 dengan kategori (tidak baik) terhadap keputusan pembelian Kartu Prabayar Telkomsel Simpati, untuk meningkatkan agar menjadi lebih baik maka perlu ditingkat lagi mlalui citra merek, iklan, dan harga.

Menurut Swastha dan Handoko (2000:111) faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian berbeda-beda untuk masing masing pembelian disamping produk yang dibeli dan saat membelinya berbeda. Faktor-faktor tersebut antara lain: a) Lokasi penjual yang startegis. Dari segi lokasi ini, pembeli akan memilih lokasi yang benar-benar strategis dan tidak membutuhkan terlalu banyak waktu, tenaga dan biaya seperti: mudah di jangkau, dekat dengan fasilitas-fasilitas umum ataa mungkin dekat dengan jalan raya, sehingga lokasi ini dapat mendukung yang lain. b) pelayanan yang baik. Bagi konsumen yang ingin membeli suatu produk, pelayanan yang diberikan pada saat memilih sampai terjadinya transaksi pembelian sangatlah berpengaruh terhadap jadi tidaknya pembelian oleh konsumen. Pelayanan yang kurang baik akan menimbulkan rasa tidak puas yang di rasakan oleh konsumen yang selajutnya akan mempengaruhi

tingkat penjualan pada waktu selanjutnya. c) kemampuan tenaga penjualan. Dalam suatu kegiatan usaha (penjualan), tidak terlepas dari tenaga kerja mesin maupun tenaga kerja manusia. Tenaga kerja merupakan faktor utama dalam perusahaan sehingga diperlukan sejumlah tenaga kerja yang berkemampuan dan mempunyai keterampilan tertentu yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan untuk mendukung kegiatan dalam perusahaan. d) tingkat harga. Harga merupakan salah satu faktor penentu dalam pembelian. Untuk menetapkan tingkat harga tersebut biasanya dilakukan dengan mengadakan percobaan untuk menguji pasarnya apakah menerima atau menolak. Apabila konsumen menerima penawaran tersebut, berarti harga yang diterapkan sudah layak. Tetapi jika merasa menolak, biasanya harga itu akan diubah dengan cepat. c) iklan dan promosi. Iklan dan promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Betapapun berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa suatu produk itu akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya.

Menurut Setiadi dalam Sondakh (2014), citra terhadap suatu merek menjadi dasar pelanggan untuk melakukan pembelian. Dengan mempunyai citra merek yang baik maka para pelanggan dapat mengenali produk atau jasa yang akan dibelinya, mengetahui kualitas produk tersebut dan memperoleh pengalaman dari produk tersebut yang kemudian bisa merekomendasikan kepada orang lain.

Selain citra merek penting, iklan juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam membeli kartu prabayar Simpati. Menurut Tjiptono (2009) iklan adalah bentuk komunikasi tidak langsung, yang didasari pada

informasi tentang keunggulan atau keuntungan suatu produk, yang disusun sedemikian rupa sehingga menimbulkan rasa menyenangkan yang akan mengubah pikiran seseorang untuk melakukan pembelian. Iklan bertujuan untuk memperkenalkan produk serta memasarkan produk yang ditawarkan sehingga konsumen merasa tertarik untuk melakukan keputusan pembelian.

Selain citra merek, iklan dan harga juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian suatu produk. Dalam menentukan harga produk kartu prabayar Telkomsel Simpati berusaha menetapkan harga jual yang pantas dan terjangkau oleh daya beli konsumen, dengan harapan konsumen akan melakukan pembelian yang berkelanjutan. Menurut Kotler dan Armstrong (2008) harga adalah jumlah uang yang ditagih atas suatu produk atau jasa. Lebih luas lagi, harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

Keputusan pembelian konsumen adalah membeli merek yang paling disukai atau yang paling terkenal diantara produk tersebut (Kotler dan Armstrong, 2008). Keputusan pembelian konsumen yang tinggi dapat mengakibatkan tingginya volume penjualan sehingga keuntungan yang akan didapat oleh perusahaan semakin tinggi. Agar perusahaan dapat mencapai laba yang tinggi, maka perusahaan harus memperhitungkan keputusan pembelian konsumen terhadap barang/jasa tersebut. Apabila perusahaan dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian serta dapat menganalisis konsumen dalam mempersiapkan kualitas produk/jasa, harga citra merek dan sebagainya maka

dalam persaingan perusahaan dapat menjadi lebih unggul dan dapat menguntungkan juga bagi pihak perusahaan itu sendiri.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis ingin melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Citra Merek, Iklan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar Telkomsel Simpati (Studi kasus Mahasiswa Pengguna Kartu Prabayar Telkomsel di Kota Padang)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan maka dapat dikemukakan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar Telkomsel Simpati di Kota Padang?
2. Bagaimana pengaruh Iklan terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar Telkomsel Simpati di Kota Padang?
3. Bagaimana pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar Telkomsel Simpati di Kota Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan penelitian yang dikemukakan di atas maka tujuan penelitian adalah

1. Untuk menganalisis dan membuktikan secara empiris pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian Kartu Prabayar Telkomsel Simpati di Kota Padang

2. Untuk menganalisis dan membuktikan secara empiris pengaruh iklan terhadap keputusan pembelian Kartu Prabayar Telkomsel Simpati di Kota Padang
3. Untuk menganalisis dan membuktikan secara empiris pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Kartu Prabayar Telkomsel Simpati di Kota Padang

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan, Manfaat penelitian ini bagi kartu prabayar Telkomsel Simpati di harapkan dapat memberikan informasi seperti citra merek, iklan, harga mempengaruhi keputusan pembelian. Sehingga dapat menentukan strategi pemasaran yang harus di terapkan perusahaan agar penjualannya meningkat.
2. Bagi penelitian Dalam melakukan penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pengetahuan untuk penelitian di bidang pemasaran.
3. Bagi peneliti lain, Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan informasi dan bahan acuan bagi peneliti lain untuk melakukan penelitian tentang pengaruh citra merek, iklan, harga terhadap keputusan pembelian.