

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Perkembangan dunia teknologi komunikasi sangatlah cepat, dahulu alat komunikasi hanya berupa surat-menyurat atau bertemu langsung. Namun dengan adanya Era globalisasi yang didukung oleh pesatnya kemajuan teknologi telah mempengaruhi peningkatan kebutuhan, gaya hidup, dan tuntutan masyarakat untuk mendapatkan informasi. Untuk menjembatani komunikasi orang-orang yang berbeda tempat dibutuhkan teknologi telekomunikasi, sehingga muncul telepon seluler (Ponsel) sehingga orang dapat menghubungi dan dihubungi dimanapun berada dalam jaringan yang tersedia.

Begitu populernya telepon seluler ini sehingga persaingan di antara penyedia layanan atau operator telepon seluler menjadi tidak terelakkan. Kartu seluler termasuk produk dengan pengambilan keputusan yang tertinggi.

Untuk itu Seiring dengan perkembangan komunikasi dalam hal perangkat dan layanan – layanan yang ditawarkan membuat komunikasi menjadi lahan bisnis yang menjanjikan mulai dari perawatan perangkat, produksi perangkat, dan pelayanan penyedia komunikasi. di Indonesia komunikasi seluler telah dikenalkan pada tahun 1984. Setelah itu muncul lah perusahaan – perusahaan penyedia jasa telekomunikasi dan jaringan di Indonesia seperti telkomsel, indosat, XL, dll. Di Indonesia saat ini ada 3 provider besar yang menggunakan teknologi berbasis GSM yaitu PT. Telekomunikasi Indonesia Seluler Tbk. (Telkomsel), PT. Indonesian Satellite Corporation Tbk. (Indosat), dan PT. Excelcomindo Pratama Tbk. (Pro XL). Disusul dengan munculnya perusahaan - perusahaan jasa telekomunikasi baru baik berbasis GSM maupun CDMA, yaitu Hutchison CPT (Three), Axis (Axis), PT. Telkom Indonesia (Telkom Flexi), Mobile-8 (Fren), PT. Smart Telecom (Smart), PT.). Hal ini tentu memicu terjadinya persaingan antar provider atau kartu prabayar, dan membuat para pelaku pasar dan produsen untuk dapat memenangkan persaingan ini.



Sumber : Infografis 2016

Gambar 1.1
Perangkat yang digunakan untuk Akses Internet

Gambar 1.1 berdasarkan hasil survey diatas menjelaskan bahwa perangkat yang digunakan oleh pengguna layanan internet di Indonesia berupa telepon seluler. yang mempunyai data untuk 3 mengakses internet, atau yang biasa disebut SIM Card (kartu seluler) yang berbasis GSM (*Global System for Mobile Communications*) dan CDMA (*Code Division Multiple Access*), yang membedakan adalah operatornya. suatu operator bahwa kartu tersebut memiliki jenis yang berbeda. Sebagai contoh operator GSM antara lain yaitu: Simpati,XL,Mentari,IM3,Three,Axis dan Lainnya. Sedangkan contoh untuk operator CDMA antara lain : Fren,starOne,Bolt, dan Ceria . Menurut Tabloid pulsa, masyarakat indonesia sendiri kebanyakan menggunakan kartu seluler berbasis jaringan GSM dari pada CDMA karena jaringan GSM memiliki sinyal yang lebih bagus dibandingkan yang lain. Sinyal yang bagus ini tidak hanya di daerah perkotaan saja, namun juga di daerah pedesaan. Jadi dari semua pertanyaan diatas dapat disimpulkan bahwa mayoritas masyarakat di indonesia menggunakan operator berbasis GSM dan CDMA.

Berkembangnya teknologi diikuti diiringi dengan semakin banyak produsen kartu seluler GSM yang ada di indonesia. Salah satu dari dari kartu GSM yang digunakan adalah Kartu IM3 yang diproduksi oleh Indosat, Tbk .

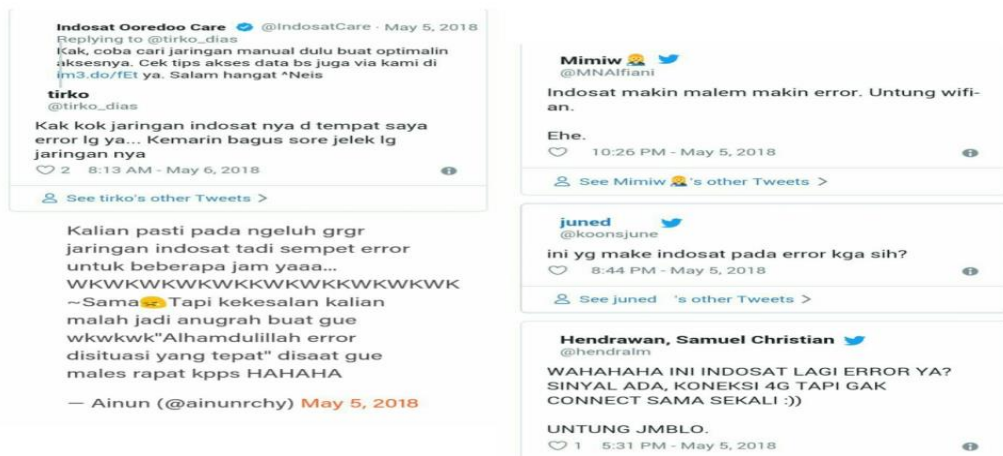
PT. Indosat Multimedia Mobile (Indosat-M3) adalah perusahaan penyedia layanan telepon seluler di Indonesia yang berdiri pada tahun 2001. Perusahaan ini menawarkan saluran komunikasi untuk pengguna telepon genggam dengan pilihan pra bayar maupun pascabayar dengan merek jual Matrix, Mentari dan IM3. Situs investasi untuk Indonesia menyatakan bahwa Indosat kehilangan beberapa persen pasar pelanggan telepon genggamnya pada tahun tahun terakhir. Sementara situs lainnya (Onbible.com) menempatkan Indosat sebagai perusahaan telekomunikasi terbesar ketiga pada tahun 2013 dibawah Telkomsel dan XL Axiata. (Wikipedia, 2016)

Lima tahun terakhir ini Indosat mengalami peningkatan jumlah pengguna dan berhasil mempertahankan peringkat ketiga. Sedangkan untuk peringkat pertama dipegang oleh Simpati dan yang kedua adalah XL. Pada tahun 2010 Indosat memiliki 44,3 juta pelanggan. Tahun 2011 memiliki 51,7 juta pelanggan. Tahun 2012 memiliki 58,5 juta pelanggan. Tahun 2013 memiliki 59,6 juta pelanggan. Dan pada tahun 2014 Indosat memiliki 63,2 juta pelanggan. (Sumber laporan tahunan Telkomsel, Indosat, dan XL yang sudah diolah).

Perusahaan harus memperhatikan kualitas Layanan dan Citra Merek yang ada agar mampu bersaing dan dapat diterima oleh masyarakat sebagai konsumen. Seperti yang dilakukan oleh PT. Indosat Multimedia Mobile (IndosatM3) juga menawarkan beberapa produk yaitu M3, Matrix, dan Mentari. Tetapi pada 19 November 2015 Indosat akhirnya mengubah identitas dan logonya dengan nama Indosat Ooredoo sehingga produknya sekarang ini lebih dikenal dengan nama IM3 ooredoo, mentari ooredoo, dan matrix ooredoo.

Karena Sekarang ini banyak Penyedia layanan telepon seluler selain menyediakan layanan SMS dan telepon, juga menyediakan layanan internet. Seperti yang sudah dibahas di atas bahwa kebanyakan masyarakat Indonesia sekarang menggunakan telepon seluler berbasis IOS (*Internet Operation System*) yang mana selain untuk sms dan menelepon, bisa digunakan untuk melakukan kegiatan lainnya yang sifatnya lebih luas, seperti browsing, membaca berita online, social media, dan lainnya. Untuk mengakses layanan internet tersebut, pengguna membutuhkan paket internet yang biasa disebut sebagai kuota. Pengguna bisa langsung membeli kuota, atau membeli pulsa untuk dikonversikan menjadi kuota hal inilah yang sering menimbulkan berbagai macam pendapat konsumen mengenai kartu seluler yang akan digunakan untuk kegiatan sehari-hari.

Dalam hal ini Indosat ooredoo melakukan promosi dengan berbagai cara seperti lewat iklan, website, pamflet, baliho, sosmed, dan juga mengadakan event sebagai salah satu strategi untuk menawarkannya produknya. Promosi tersebut bertujuan agar banyak masyarakat yang mengetahui produk ooredoo ataupun promo yang ada. Konsumen dapat dengan mudah memperoleh kartu indosat ooredoo karena sekarang ini kartu indosat ooredoo sudah dijual di outlet pulsa. dengan semakin banyaknya yang menjual kartu Indosat ini dapat dikenal oleh masyarakat luas.



Sumber : Situs Liputan6

Gambar 1.2 : Komentar pelanggan kartu indosat

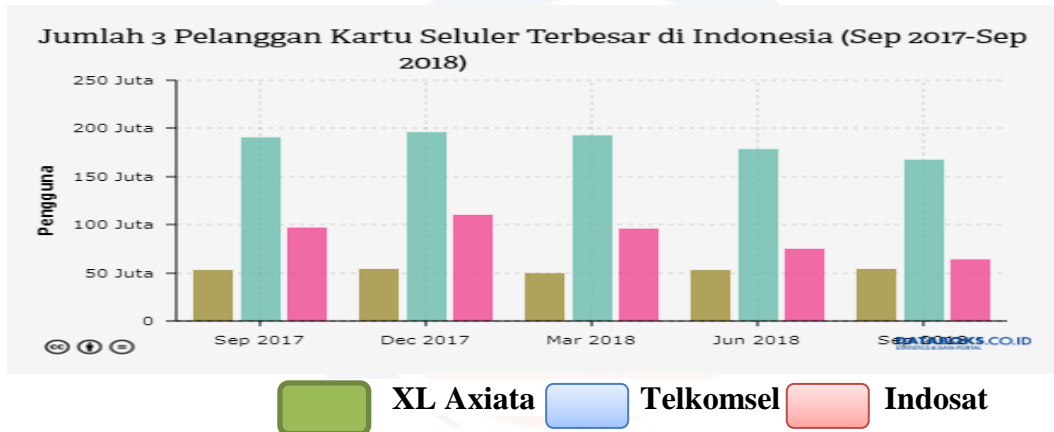
Dapat dilihat pada gambar 1.2 diatas menunjukkan berbagai komentar masyarakat mengenai jaringan internet yang lumpuh akibat jaringan internet yang memang sedang bermasalah. menanggapi komentar ini pihak indosat telah memberikan alasan mengapa jaringan internet melemah karena saat ini perusahaan tengah melakukan pemeliharaan jaringan sehingga jaringan internet untuk sementara mati total .

Tabel 1.1 Top Brand Simcard Prabayar (2015-2018)

Merek	TBI	TBI	TBI	TBI	TBI
Simpati	34,6%	35,5%	34,6 %	39,7%	TOP
IM3	14,0%	15,4%	13,6%	14,4%	TOP

Sumber : Frontier Consulting 2015-2018

Pada Tabel 1.1 Simcard Prabayar di Indonesia pada Top Brand Index, kartu Simpati Unggul pada tahun 2015 sebesar 34,6 %, sedangkan Kartu IM3 14,0%. Pada Tahun 2016 Simpati unggul dengan 35,5 %, sedangkan Kartu IM3 sebesar 15,4%, yang mengalami selisih cukup besar. Pada Tahun 2017 kartu simpati mengalami penurunan sebesar 34,6% sedangkan Kartu IM3 juga mengalami penurunan sebesar 13,6% dibandingkan sebelumnya, dan pada Tahun 2018 Kartu Simpati kembali mengalami kenaikan sebesar 39,7% dan Kartu IM3 pun mengalami kenaikan sebesar 14,4%. Hal ini menimbulkan perbedaan kenaikan dan penurunan pada setiap tahunnya.



Sumber : D katadata.co.id, 31 January 2019

Gambar 1.3 Jumlah 3 Pelanggan Kartu Seluler Terbesar di Indonesia (Sep 2017-Sep 2018)

Berdasarkan grafik diatas terjadi penyusutan yang disebabkan oleh diberlakukannya Registrasi kartu yang dilakukan pada Tahun 2017 hingga 2018 yang membuat pelanggan kartu seluler indonesia menyusut. bahkan penurunan yang terkenal dampak paling besar adalah dua operator seluler terbesar di indonesia yakni Indosat Ooredoo dan Telkomsel yang menyebabkan pelanggannya berkurang hampir 10%. Bisa dilihat juga pada grafik diatas bahwa kartu seluler Telkomsel masih diurutan pertama namun pada bulan september mengalami penurunan, disusul oleh Kartu Indosat yang juga mengalami penurunan pada bulan september dan yang terakhir Kartu seluler XL Axiata yang mengalami penurunan pada bulan september, akibat dari registrasi kartu. Berdasarkan Fenomena diatas Penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan Judul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli (Studi Kasus Di Wilayah Jakarta)”

1.2 Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah

1.2.1 Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Adanya persaingan antar produk provider Kartu Indosat dengan provider lain,sehingga membuat perusahaan melakukan langkah-langkah antisipasi,salah satunya meningkatkan kualitas dari produk.
2. Sering terjadi keluhan konsumen karena kinerja yang kurang optimal,baik dari jaringan atau sinyal.
3. Banyaknya Para pesaing yang terus mencoba mengembangkan pasar dengan layanan-layanan baru,sehingga kartu indosat harus terus menyiapkan inovasi terbarunya
4. Tidak Puasnya konsumen akan kualitas layanan yang menyebabkan konsumen ingin mencari produk kartu yang lain.

1.2.2 Batasan Masalah

Peneliti membatasi masalah hanya pada produk Kartu indosat . Dalam penelitian ini, peneliti hanya membahas masalah pengaruh kualitas layanan dan citra merek terhadap keputusan pembelian melalui minat beli kartu indosat di jakarta. yang dilakukan hanya pengguna dan pemakai kartu indosat.

1.2.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah masalah penelitian sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh antara Kualitas Layanan terhadap minat beli Kartu Indosat ?
2. Apakah terdapat pengaruh antara Citra merek terhadap minat Kartu Indosat ?
3. Apakah terdapat pengaruh antara Kualitas Layanan terhadap keputusan pembelian Kartu Indosat ?
4. Apakah terdapat pengaruh antara citra merek terhadap keputusan pembelian Kartu Indosat ?
5. Apakah terdapat pengaruh langsung minat beli terhadap keputusan pembelian Kartu Indosat ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan masalah diatas,maka tujuan penelitian adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh antara Kualitas Layanan terhadap minat beli Kartu Indosat
2. Untuk mengetahui pengaruh antara Citra merek terhadap minat Kartu Indosat
3. Untuk mengetahui Apakah terdapat pengaruh antara Kualitas Layanan terhadap keputusan pembelian Kartu Indosat
4. Untuk mengetahui pengaruh antara citra merek terhadap keputusan pembelian Kartu Indosat

5. Untuk mengetahui pengaruh langsung minat beli terhadap keputusan pembelian Kartu Indosat

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

1. Bidang Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berguna dalam perkembangan ilmu pengetahuan khususnya pada bidang manajemen pemasaran dan dapat memberikan informasi wawasan ilmu manajemen. Selain itu penelitian ini juga dapat menjadi referensi untuk mengembangkan dan memperbarui literature yang sudah ada sebelumnya mengenai pengaruh keputusan pembelian melalui minat beli.

2. Bidang Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadikan masukan dan evaluasi yang berguna khususnya dalam hal pengaruh Keputusan pembelian melalui minat beli perusahaan telekomunikasi PT. Indosat Multimedia Mobile (Indosat-M3) yang sekarang lebih dikenal dengan nama Indosat Ooredoo. Dengan dilakukannya penelitian ini maka bisa diharapkan perusahaan dapat menerapkan strategi pemasaran yang baik dan efektif