

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi sekarang ini bidang teknologi dan informasi mengalami perkembangan dan kemajuan yang pesat dan canggih. Hal tersebut menjadikan pola pikir masyarakat menjadi semakin informatif dan masyarakat menjadi peduli dan menyadari akan kebutuhan teknologi dan informasi seperti jasa telekomunikasi. Kebutuhan akan jasa komunikasi sangat mempunyai banyak manfaat seperti dapat digunakan untuk berkomunikasi dan bertukar informasi tanpa batas dan jarak.

Hasil Survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada awal 2018 lalu, penetrasi internet di Indonesia mengalami kenaikan di tahun 2018 yaitu 143,26 juta jiwa atau setara 54,7 persen penduduk di Indonesia telah terjangkau internet. (APJII mengungkap 143,26 juta jiwa atau setara 54,7 persen penduduk di Indonesia telah terjangkau internet. (<https://tekno.kompas.com/>)

Di tanah air terdapat beberapa penyedia jasa internet yaitu Telkomsel, XL Axiata, Indosat, dan Hutchison Whampoa serta dua operator CDMA terbesar di tanah air yaitu Esia dan Smartfren. Selain itu terdapat jasa penyedia akses internet atau sering disebut dengan ISP (*internet service provider*) dalam memberikan layanan yang bagus dan berkualitas, Kualitas akses internet sendiri sangat dipengaruhi oleh besarnya *bandwidth* yang diberikan oleh ISP, berikut lima *internet service provider* berdasarkan urutan konsumen terbesar di Indonesia :

Tabel 1. 1 *Internet service provider* di Indonesia tahun 2018

| No | Nama <i>Internet service provider</i> |
|----|---------------------------------------|
| 1  | Indihome                              |
| 2  | My Republic                           |
| 3  | Biznet                                |
| 4  | CBN                                   |
| 5  | Firs Media                            |

Sumber : <https://ngelag.com/> (diakses tanggal 5 Mei 2019, pukul 10.00 wib)

Berdasarkan data tabel 1.1 menunjukkan bahwa Indihome menduduki peringkat pertama sebagai penyedia internet dengan akses tercepat. Perkembangan bisnis internet saat ini membuat operator seluler di Indonesia berlomba dalam menarik kosumen untuk melakukan pembelian terhadap produk masing-masing. Keadaan tersebut membuat perusahaan berusaha untuk mempertahankan posisi masing-masing dengan meningkatkan keunggulan produk, menciptakan citra produk agar dapat meningkatkan keputusan konsumen untuk menggunakan jasa internet.

Keputusan konsumen dalam pembelian merupakan suatu konsep dalam perilaku pembelian di mana konsumen memutuskan untuk bertindak atau melakukan sesuatu dan dalam hal ini melakukan pembelian ataupun memanfaatkan produk atau jasa tertentu (Balawera, 2013). Pengambilan keputusan konsumen pada dasarnya merupakan proses pemecahan masalah. Peneliti menggunakan variabel keputusan pembelian ini karena studi tentang keputusan pembelian masih layak untuk diteliti mengingat semakin banyaknya produk yang beredar mengakibatkan perlunya berbagai pertimbangan bagi masyarakat dalam melakukan keputusan pembelian. Kebanyakan konsumen, baik konsumen individu maupun pembeli organisasi melalui proses mental yang

hampir sama dalam memutuskan produk dan merek apa yang akan dibeli (Yulindo, 2013). Keputusan pembelian konsumen dapat dilakukan apabila produk tersebut sesuai dengan apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen.

Dalam melakukan keputusan pembelian biasanya hal pertama yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih produk adalah dengan melihat atribut produk. Atribut produk memiliki peran yang sangat penting bagi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Dalam sebuah produk pasti terdapat unsur-unsur atribut produk yang dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian yaitu kualitas produk, harga, merek, dan fitur. Hal tersebut menjadi bahan pertimbangan paling utama bagi konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian pada suatu produk. Seperti studi yang telah dilakukan oleh LayYee et al (2013) yang menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara atribut produk yang terdiri dari merek, harga, dan fitur dengan keputusan pembelian. Produk yang memiliki atribut produk yang berkualitas tinggi akan lebih menarik minat konsumen untuk memakai produk tersebut. Atribut produk khusus mendorong penjelajahan perilaku konsumen, yang sering dapat menyebabkan perilaku pembelian (Park et al. 2012). Oleh karena itu atribut produk sangat perlu disertakan dalam penelitian ini.

PT. Telkom adalah perusahaan penyedia layanan dan jaringan telekomunikasi terbesar di Indonesia. PT. Telkom menyediakan layanan infocomm, telepon kabel (*fixed wireline*) dan telepon tidak bergerak nirkabel (*fixed wireless*), layanan telepon seluler, data dan internet, jaringan dan interkoneksi, baik secara langsung maupun melalui anak perusahaan. Indonesia

Digital HOME (disingkat IndiHOME) adalah salah satu produk layanan dari PT Telekomunikasi Indonesia berupa paket layanan komunikasi dan data seperti telepon rumah (*voice*), internet (*Internet on Fiber* atau *High Speed Internet*), dan layanan televisi interaktif (USee TV Cable, IP TV)

Di Kabupaten Jombang terdapat beberapa jasa penyedia jasa Internet yang menjadi pesaing PT Telekomunikasi Indonesia, antara lain :

Tabel 1.2

Penyedia Jasa Internet Di Kabupaten Jombang

| No | Nama Perusahaan             |
|----|-----------------------------|
| 1  | Bizznet                     |
| 2  | PT. Garuda Media Telematika |
| 3  | Primadona Net               |

Di tengah persaingan usaha, PT. Telkom harus mampu bersaing dengan memberikan *value* yang berbeda di mata konsumen dan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen agar dapat bertahan di tengah persaingan dan guna meningkatkan omset penjualan.

IndiHome merupakan layanan *Triple-Play* dari Telkom yang terdiri dari Internet on *Fiber* atau *High Speed Internet*, *Phone* (Telepon Rumah), dan IPTV (UseeTV Cable). Indihome merupakan produk baru dari PT Telkom Kota Jombang yang dikeluarkan pada awal tahun 2015. Berikut ini pelanggan Indihome PT Telkom Kota Jombang :

Tabel 1.3 Data Pelanggan Indihome PT Telkom Kota Jombang bulan Januari – Maret 2019

| Bulan    | Pelanggan | Prosentase peningkatan |
|----------|-----------|------------------------|
| Januari  | 598       | -                      |
| Februari | 594       | -0,65 %                |
| Maret    | 609       | 2,5 %                  |

Sumber : PT Telkom Kota Jombang, 2019

Berdasarkan data tabel 1.2 Data Pelanggan Indihome PT Telkom Kota Jombang bulan Januari sebesar 598 pelanggan, bulan Februari mengalami penurunan menjadi 594 pelanggan (-0,65%) dan bulan Maret mengalami peningkatan menjadi 609 (2,5%), hal ini menunjukkan terjadi peningkatan jumlah pelanggan yang cukup baik.

Penelitian Maulana (2018) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar Axis (Studi Pada Mahasiswa Universitas Sumatera Utara) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian

Selain faktor kualitas produk, faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga. Jika harga tinggi maka permintaan produk semakin rendah dan jika harga rendah maka permintaan produk akan semakin meningkat. Jika harga yang ditetapkan perusahaan tepat dan sesuai dengan daya beli konsumen maka pemilihan suatu produk akan diutamakan pada produk tersebut. Perusahaan menetapkan harga karena berbagai pertimbangan, dimana dalam penetapan harga disesuaikan dengan kualitas produk yang ada. Perusahaan Telkom menetapkan harga produknya lebih terjangkau dari harga produk pesaing, namun juga diimbangi dengan kualitas produk yang baik

Penelitian Mongi (2013) dengan judul Kualitas Produk, Strategi Promosi Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati

Telkomsel Di Kota Manado, hasilnya menunjukkan bahwa harga merupakan variabel yang dominan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap produk kartu Simpati.

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut, maka peneliti menarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas produk dan harga Terhadap keputusan pembelian produk Indihome PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk Kota Jombang”.

### **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan kualitas produk Terhadap keputusan pembelian produk Indihome PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk Kota Jombang?.
2. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan harga terhadap keputusan pembelian produk Indihome PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk Kota Jombang?.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk Terhadap keputusan pembelian produk Indihome PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk Kota Jombang
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk Indihome PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk Kota Jombang

#### **1.4 Batasan Masalah**

Batasan masalah dalam penelitian ini antara lain :

1. Variabel dalam penelitian ini kualitas produk, harga dan keputusan pembelian produk Indihome PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk Kota Jombang
2. Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan Indihome PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk Kota Jombang

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini di harapkan akan memberikan manfaat kepada :

1. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi perusahaan dalam menetapkan kebijakan dan strategi pemasaran untuk pengembangan usaha bisnis.

2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat menjadi sumber referensi dan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan studi mengenai pemasaran dan dapat digunakan sebagai acuan dalam penelitian selanjutnya mengenai tema yang sama

