

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Berkembangnya ilmu pengetahuan dan Teknologi membawa dampak yang cukup signifikan pada gaya hidup masyarakat terutama dibidang komunikasi. Untuk mendapatkan informasi secara cepat masyarakat akan memilih menggunakan media social dengan memanfaatkan jaringan internet. Perusahaan jaringan perlu memahami perilaku konsumen disemua pangsa pasar yang dituju, dimana kelangsungan hidup perusahaan sangat bergantung pada perilaku konsumen.

Perusahaan pengelola jaringan berusaha agar konsumen dapat mengakses internet dan dapat melakukan kegiatan formal, non formal, pendidikan, perdagangan, ilmu pengetahuan dan lainnya secara online. Perusahaan akan mencoba melakukan inovasi dan keunggulan baru yang terbaik atas produk-produk yang di tawarkan kepada konsumen. Bagi konsumen, internet yang memiliki jaringan lancar, fitur lengkap, pilihan paket data yang sesuai kemudahan akses dan harga yang terjangkau menjadi pilihan para pengguna.

Kelahiran industri saluler di Indonesia didominasi oleh dua operator saluler besar yang berbasis GSM (*Global system for Mobile Communication*), yaitu PT. Indosat Tbk dan PT. Telekomunikasi Saluler (Telkomsel). Saat ini secara nasional terdapat beberapa perusahaan yang menyediakan layanan internet yaitu sebagai berikut :

Tabel 1.1
Top Brand Indeks

| Merek | 2021 | 2022 | 2023 |
|--------------|-------------|-------------|-------------|
| Simpati | 36.40% | 34.30% | 34.70% |
| IM3 | 13.50% | 13.30% | 17.50% |
| Tri 3 | 10.70% | 11.70% | 12.00% |
| Axis | 9.80% | 10.60% | 11.60% |
| Kartu AS | 8.80% | 8.80% | 7.10% |

Sumber : topbrand award.com(2023)

Berdasarkan Tabel 1.1 menunjukkan bahwa persaingan antar perusahaan penyedia layanan komunikasi terus meningkat. Data Top brand Indeks menunjukkan bahwa Axis menduduki peringkat keempat, meskipun Axis berada pada peringkat keempat di Top brand Indeks akan tetapi Axis banyak memberikan berbagai kemudahan seperti paket internet. Paket internet AXIS merupakan salah satu paket internet yang paling di cari oleh anak-anak muda dan anak sekolah karena harganya yang bersahabat dan promo menarik.

Keputusan pembelian menunjukkan tindakan dalam memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada dengan pengenalan maupun penyelesaian masalah yang dikumpulkan oleh seorang konsumen dan mewujudkannya dengan tindakan yang nyata. Setelah proses tersebut, barulah konsumen dapat mengevaluasi pilihannya, dan menentukan akan sikap yang diambil selanjutnya untuk menggunakan produk atau jasa tersebut, (Asman & Apriliani, 2020). Secara sederhana konsumen akan mencari informasi tentang produk yang dibutuhkan, kemudian mereka akan mengevaluasi produk yang dirasakan paling cocok dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Langkah selanjutnya konsumen akan memutuskan untuk membeli atau tidak.

Salah satu faktor yang diduga mempengaruhi keputusan pembelian yaitu kualitas produk. Kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk yang mampu memenuhi setiap kebutuhan konsumen sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Kualitas produk dapat dilihat dari indikator melalui manfaat produk, fitur produk, daya tahan produk, dan keawetan. AXIS memiliki fitur produk yang menarik dengan warna ungu dan memenuhi standar SNI dengan berbagai layanan yang murah yang memberikan manfaat banyak bagi konsumen, disisi lain AXIS juga memiliki daya tahan produk dimana layanan yang ditawarkan pada AXIS memiliki tenggang waktu yang lebih lama. Hasil penelitian Maulana (2018) menyimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian kartu Prabayar AXIS. Sementara hasil penelitian Kafabih dan Mukti (2018) menyimpulkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen produk SIM card Telkomsel.

Selanjutnya faktor yang diduga mempengaruhi keputusan pembelian yaitu harga. Harga menunjukkan sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sangatlah penting karena dengan tingkat harga yang ditetapkan oleh perusahaan dapat menjadi tolak ukur akan permintaan suatu produk. Konsumen akan sangat mempertimbangkan apakah harga tersebut sesuai dengan kualitas atau manfaat yang didapatkan dari produk tersebut. Indikator harga berupa performance, durability, conformity, feature dan reability. Harga dapat menentukan diterima atau tidaknya suatu produk oleh konsumen. *SIM Card* AXIS menawarkan berbagai layanan dengan

harga murah sehingga menjadi banyak pilihan konsumen. Berikut perbandingan harga AXIS dan Telkomsel yang menjadi banyak pilihan.

Tabel 1.2
Perbandingan Harga

| Jenis | Kualitas Produk | Harga | Promosi |
|--------------|--|--|---|
| AXIS | Kualitas produk yang di tawarkan pada Produk Axis lebih baik seperti penyediaan kuota internet Jaringan yang tersedia belum mampu menjangkau seluruh pelosok | Harga yang ditawarkan pada Produk AXIS lebih murah | Sim Card Axis banyak melakukan promosi melalui berbagai iklan menarik tentang produk yang ditawarkan |
| TELKOM SEL | Kualitas Produk sudah menjadi nomor satu dibandingkan dengan produk yang lain dimana TELKOMSEL memiliki jaringan yang dapat menjangkau sampai pelosok | Harga yang ditawarkan relative lebih mahal dibandingkan dengan produk AXIS | Tekomsel juga banyak memberikan iklan yang mampu menarik konsumen namun tidak banyak menawarkan promo |
| THREE | Kualitas produk yang terlihat dari penyediaan jaringan masih belum maksimal | Harga yang ditawarkan sudah tergolong rendah | Three juga banyak memberikan iklan iklan menarik kepada konsumen |

Sumber : Telkom, (2022)

Tabel 1.2 menunjukkan bahwa *SIM card* AXIS menawarkan harga internet lebih murah di bandingkan dengan *SIM Card* Telkomsel. Sesuai dengan observasi yang telah peneliti lakukan bahwa *SIM Card* AXIS menawarkan banyak manfaat bagi konsumen dengan berbagai fitur layanan serta harga yang lebih murah. Namun kenyataannya jaringan yang disediakan AXIS belum sepenuhnya merata di seluruh pelosok, serta jaringan AXIS lebih lambat dibandingkan dengan produk pesaing yang digunakan oleh kalangan Mahasiswa yaitu TELKOMSEL. Disisi lain data perusahaan mencatat adanya peningkatan

jumlah pelanggan sebanyak 1,9 Juta pelanggan. Untuk memperkuat pernyataan di atas maka perbandingan harga dapat dilihat pada table berikut :

Berikut perbandingan harga AXIS dan Telkomsel yang menjadi banyak pilihan.

Tabel 1.3
Perbandingan tarif Dasar Internet

| No | Produk | Harga |
|----|-----------|--|
| 1. | Axis | Rp10 per 200 KB (Rp60 per MB) |
| 2 | Telkomsel | Rp120/20Kb |
| 3 | IM3 | Rp 350/MB |
| 4 | Smartfren | 240 per tiga menit pertama dan Rp 5 per detik berikutnya |

Tabel 1.3 menunjukkan bahwa tarif dasar internet Axis lebih murah dibandingkan dengan tarif dasar internet lainnya. Hasil penelitian Maulana (2018), Aswad et al (2020), dan Asman dan Apriliani (2020), menyimpulkan bahwa harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa semakin meningkat harga yang ditawarkan maka akan semakin meningkat pula keputusan pembelian konsumen.

Selain produk dan harga juga perlu melakukan promosi, Aswad dan Apriliani, (2020). Promosi juga menjadi unsur yang sangat penting dalam rangka peningkatan jumlah penjualan. *Promotion* (promosi) menurut Swastha & Handoko, (2011), adalah semua jenis kegiatan yang ditunjukkan untuk mendorong permintaan. Promosi merupakan arus informasi yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau kelompok kepada tindakan pembelian. Tujuan utama dari promosi adalah memberitahukan produk dan membujuk konsumen agar mau membeli produk tersebut. Berbagai promosi dilakukan Oleh PT. AXIS Telekom Indonesia

salah satunya yaitu dikenalkan berbagai produk internet hemat melalui iklan dan brosur. Berbagai bentuk promosi internet Axis di Lhokseumawe juga dilakukan guna untuk meningkatkan pengguna. Promosi yang dilakukan di Kota Lhokseumawe yaitu dengan membagikan brosur data Bronet kepada setiap masyarakat. Axis Juga melakukan promosi melalui gerakan jalan santai yang diadakan setiap tahun. Hasil penelitian Kafabih dan Mukti (2018) dan Asman dan Apriliani (2020), menyimpulkan bahwa promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen.

Kebutuhan akan internet dikalangan mahasiswa semakin meningkat, baik kebutuhan untuk perkuliahan maupun kebutuhan diluar perkuliahan. Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada beberapa mahasiswa yang menggunakan Internet Axis di Kota Lhokseumawe memberikan pendapat bahwa harga yang ditawarkan oleh produk Axis sangat terjangkau khususnya kalangan mahasiswa namun masih terdapat keluhan diantaranya kualitas jaringan yang masih terbatas dan masih kurang bagus, (Wawancara 8 Juni 2023).

Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Internet AXIS (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Internet AXIS)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dideskripsikan di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian internet AXIS pada kalangan Mahasiswa di Lhokseumawe ?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian internet AXIS pada kalangan Mahasiswa di Lhokseumawe ?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian internet AXIS pada kalangan Mahasiswa di Lhokseumawe ?
4. Apakah kualitas produk, harga dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian internet AXIS pada kalangan Mahasiswa di Lhokseumawe ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian internet AXIS pada kalangan Mahasiswa di Lhokseumawe.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian internet AXIS pada kalangan Mahasiswa di Lhokseumawe
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian internet AXIS pada kalangan Mahasiswa di Lhokseumawe
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian internet AXIS pada kalangan Mahasiswa di Lhokseumawe.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Pada Perusahaan, sebagai bahan pertimbangan perusahaan untuk meningkatkan daya beli konsumen melalui perwujudan variabel yang mempengaruhinya.
5. Pada perusahaan, diharapkan hasil penelitian ini dapat berguna untuk meningkatkan strategi pemasaran yang berkaitan dengan kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian