

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Teknologi internet yang kian pesat sekarang ini ini otomatis mempermudah segala kegiatan manusia dimulai kegiatan pendidikan, bekerja serta perdagangan. Penyelenggaraan bisnis telekomunikasi yang menghadirkan jasa pelayanan internet dari seluler atau gadget haruslah cermat ketika berhadapan dengan segala tingkah laku konsumen yang yang dominan memberi tuntutan padahal kelancaran berkomunikasi mempergunakan jasa internet. Pertumbuhan internet yang semakin berkembang, membuat para perusahaan telekomunikasi berlomba-lomba untuk menawarkan paket internet kepada masyarakat untuk mendapatkan pelanggan sebanyak-banyaknya. Adapun berbagai jenis paket internet yang tersebar luas dipasaran yakni Simpati, IM3, Tri '3', dan XL. Dengan adanya berbagai jenis paket internet yang tersebar luas di pasaran tentunya membuat para pengguna akan lebih mempertimbangkan keputusan pembelian paket internet apa yang sesuai dengan kebutuhannya.

Keputusan dalam membeli ialah selaku aksi yang dihadirkan dari konsumen guna keinginan dalam melakukan pembelian maupun tidak pada sebuah produk. Berdasar beberapa faktor yang bisa memberi pengaruh konsumen ketika ingin melaksanakan pembelian sebuah jasa maupun produk umumnya sering memberi pertimbangan atas sebuah harga, kualitas dan produk yang telah diketahui dari masyarakat luas (Kotler, 2011). Di dalam mewujudkan target Itu, konsumen

tentunya membutuhkan sebuah metode tersendiri nya dan ada berbagai faktor yang ikut serta dalam memberi dampak yakni faktor internal dan eksternal. Faktor eksternal yakni faktor yang yang disebabkan dari luar perusahaan contohnya keadaan ekonomi, aturan pemerintah, teknologi dan lingkungan sosial budaya. Sementara faktor internal yaitu meliputi harga, lokasi, produk, promosi, lingkungan fisik dan tahapannya (Kotler, 2010). Terdapat kajian yang dilaksanakan Sofiyatuzzahro (2021) Mengemukakan bahwasanya harga memberi dampak dominan pada keputusan pembelian. Lalu kajian lainnya dari Sudarsana pada tahun 2021 mengemukakan bahwasanya harga memberi dampak yang signifikan dan positif pada keputusan dalam membeli barang. Dilanjutkan dari kajian yang dilaksanakan andharini pada tahun 2021 bahwa promosi bisa memberi pengaruh dengan dominan maupun dengan signifikan pada keputusan pembelian. Berdasar data Top Brand Index, Produk Telekomunikasi Tahun 2016 sampai Tahun 2020 nampak pada Tabel 1.1.

Data *Top Brand Index* Produk Telekomunikasi Tahun 2016 sampai Tahun 2020

Brand	Tahun				
	2016	2017	2018	2019	2020
Simpati	35.5 %	34.6 %	39.7 %	40.3 %	34.6 %
IM3	15.4 %	13.6 %	14.4 %	12.7 %	14.6 %
XL Prabayar	14.8 %	13.4 %	12.7 %	12.0 %	11.5 %
Tri '3'	11.3 %	11.4 %	9.4 %	11.0 %	11.2 %
Kartu As	10.4 %	8.6 %	8.3 %	9.4 %	11.1 %

(Sumber: <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>)

Berdasar tabel tersebut sangat terlihat bahwasanya dari data tahun 2016 hingga 2020 tingkat penjualan Simpati paling tinggi dalam pangsa pasar

telekomunikasi. Namun melalui observasi awal pada beberapa distributor di wilayah Kecamatan Buleleng yang menjual paket internet, peneliti memperoleh hasil observasi melalui tabel 1.2.

Tabel 1.2
Observasi pada Distributor Paket Internet di Kecamatan Buleleng

Nama	Alamat	Paket Internet	Rentangan Terjual Paket Internet Perbulan
PT. Komunika Mitra Perkasa	Jl. Dewi Sartika Utara No. 56, Kaliuntu, Singaraja, Kecamatan Buleleng, Singaraja, Bali	XL	32.000 - 40.000
		Axis	28.000 – 36.000
GraPARI Mitra Telkomsel	Jl. A. Yani No.72 Kaliuntu, Singaraja, Kecamatan Buleleng, Singaraja, Bali	Simpati	24.000 – 28.000
Galeri Indosat Singaraja	Banjar Jawa, Singaraja, Kecamatan Buleleng, Singaraja, Bali	IM3	16.000 – 20.000

Sumber: Distributor Paket Internet Kecamatan Buleleng

Apabila diperhatikan berdasar perolehan pengamatan langsung yang sudah dilaksanakan dari pengkaji bahwasanya melalui tiga distributor paket internet Simpati di Kecamatan Buleleng terlihat bahwa XL memiliki tingkat penjualan paling tinggi. Melalui hal yang terjadi dari data Top Brand Index dan hasil observasi yang telah dilakukan mendapatkan suatu kesenjangan yang terjadi antara data Top Brand Index dan data observasi pada konter penjual paket internet di Kota Singaraja. Dalam data Top Brand Index terlihat bahwa tingkat penjualan paket internet Simpati paling tinggi dalam pangsa pasar telekomunikasi, sedangkan diperhatikan berdasarkan data yang didapat dari pengkaji melalui pengamatan

langsung langsung didapat hasil bahwa tingkat penjualan paket internet XL yang paling tinggi di pangsa pasar telekomunikasi. Berdasarkan adanya hal tersebut maka peneliti tertarik untuk mengetahui apa penyebab dari adanya perbedaan yang dilakukan oleh konsumen terkait dalam melakukan keputusan pembelian paket internet simpati. Apakah suatu harga dan promosi yang dilakukan pihak perusahaan dapat mempengaruhi sebuah pilihan yang dilakukan dari konsumen guna melaksanakan keputusan pembelian pada suatu paket internet.

Penelitian ini mengambil tempat di Kecamatan Buleleng karena berdasar data Badan Pusat Statistik Kabupaten Buleleng bahwa tahun 2020 Kecamatan Buleleng memiliki jumlah penduduk sebesar 791.813 jiwa. Maka dari itu dari banyaknya populasi yang ada memudahkan peneliti untuk menentukan sampel penelitian. Selain keadaan itu di wilayah Kecamatan Buleleng terdapat Kota Singaraja sebagai Ibu Kota Kabupaten Buleleng. Kota Singaraja ini yakni wilayah yang dikenal sebagai kota pendidikan di Provinsi Bali. Sehingga dengan adanya hal tersebut masyarakat menjadi lebih konsumtif dalam melakukan pembelian paket internet. Hal ini diakibatkan karena keadaan sekarang ini adanya pandemi Covid-19 yang dialami, sehingga masyarakat dituntut untuk bekerja ataupun belajar dari rumah secara daring. Maka dari itu masyarakat harus memenuhi kebutuhannya tersebut dengan menggunakan alat seperti gadget ataupun laptop untuk dapat bekerja atau belajar berbasis daring dengan menggunakan jasa paket internet. Sehingga kebutuhan terhadap paket internet semakin meningkat. Berdasarkan adanya teori dari para ahli, dukungan dari hasil penelitian terdahulu, dan permasalahan yang dialami oleh produk Simpati serta lokasi penelitian yang telah di uraikan tersebut, pengkaji terdorong melaksanakan studi melalui pengambilan

dua variabel yang dominan memberi pada dampak keputusan pembelian yaitu harga dan promosi. Sehingga penelitian ini berjudul **“Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Paket Internet Simpati Studi pada Masyarakat Pengguna Paket Internet Simpati di Kecamatan Buleleng”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasar pada permasalahan yang sudah dipaparkan dengan begitu bisa teridentifikasi berbagai masalah seperti berikut.

- 1.2.1 Berdasarkan hal yang terjadi paket internet Simpati selalu menjadi urutan pertama pada pangsa pasar telekomunikasi, namun hal ini menimbulkan suatu kesenjangan karena saat peneliti melakukan observasi langsung bahwa paket internet Simpati dikalahkan oleh pesaingnya yaitu paket internet XL dalam jumlah paket internet yang telah terjual.
- 1.2.2 Adanya perbedaan hasil penelitian yang dilaksanakan dari kajian terdahulu yang berhubungan dengan topik yang sama.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasar pada pengidentifikasian permasalahan yang berlangsung dalam paket internet di Kecamatan Buleleng, maka studi ini hanya memfokuskan dalam masalah mengenai variabel harga dan promosi serta variabel keputusan pembelian.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, dengan begitu bisa dirumuskan permasalahan seperti berikut.

- 1.4.1 Apakah ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian paket internet Simpati di Kecamatan Buleleng ?
- 1.4.2 Apakah ada pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian paket internet Simpati di Kecamatan Buleleng ?
- 1.4.3 Apakah ada pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian paket internet Simpati di Kecamatan Buleleng ?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasar pada perumusan permasalahan yang sudah diuraikan, dengan begitu tujuan dari kajian ini yakni.

- 1.5.1 Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian paket internet Simpati di Kecamatan Buleleng.
- 1.5.2 Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian paket internet Simpati di Kecamatan Buleleng.
- 1.5.3 Pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian paket internet Simpati di Kecamatan Buleleng.

1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Berdasar tujuan studi yang ingin dicapai, maka terdapat perolehan atas kajian yang diharap dari pengkaji bisa memberi kegunaan yakni:

1.1.1 Manfaat Teoritis

Bisa memberi kontribusi pada upaya mengembangkan ilmu ekonomi terkhusus manajemen pemasaran yang terkait dengan keputusan pembelian.

1.1.2 Manfaat Praktis

a. Manfaat bagi Peneliti

Bisa memberikan tambahan wawasan pengetahuan untuk mengaplikasikan ilmu yang sudah diperoleh ketika melakukan perkuliahan.

b. Manfaat bagi Universitas Pendidikan Ganesha

Bisa dipergunakan sebuah informasi pada kajian berikutnya dan dapat membantu mahasiswa yang tengah melaksanakan studi yang terkait pada keputusan pembelian.

c. Manfaat bagi Masyarakat

Bisa dijadikan bayangan maupun penambahan untuk mempertimbangkan kan bagi konsumen berkaitan dengan sesuatu yang diperlukan dalam artian diperhatikan ketika belum melakukan pemesanan pembelian. Maka dari itu diharapkan semen semakin cerdas ketika memilih produk yang akan dibeli.

d. Manfaat bagi Perusahaan

Bisa memberi informasi dan saran yang bermanfaat untuk pemasar paket internet Simpati selaku bahan dalam mempertimbangkan ketika memutuskan kebijakan yang berhubungan pada daya meningkatkan pemasaran paket internet Simpati.