

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Telkomsel adalah operator telekomunikasi seluler GSM pertama kali di Indonesia dengan layanan pascabayar kartu HALO yang di luncurkan pada tanggal 26 Mei 1995 saat itu, saham Telkomsel dimiliki oleh Telkom Indonesia sebesar 65% dan sisanya oleh Indosat. Pada tanggal 1 November 1997, Telkom menjadi operator seluler pertama di Asia yang menawarkan layanan GSM prabayar. Telkomsel mengklaim sebagai operator telekomunikasi seluler terbesar di Indonesia dengan 81,644 juta pelanggan per 31 Desember 2007 dan pangsa pasar sebesar 51% per 1 Januari 2007. Jaringan Telkomsel telah mencakup 288 jaringan roaming internasional di 155 negara pada akhir tahun 2007

Telkomsel telah menjadi operator seluler ketujuh di daerah yang mempunyai lebih dari 100 juta pelanggan dalam satu negara per Mei 2011. Telkomsel menggelar lebih dari 54.000 BTS yang menjangkau sekitar 97% wilayah populasi di Indonesia. Sebagai operator seluler nomor 7 terbesar di dunia dalam hal jumlah pelanggan. Dalam upaya memandu perkembangan industri telekomunikasi seluler di Indonesia memasuki era baru layanan mobile broadband, telkomsel secara konsisten mengimplementasikan roadmap teknologi 3G, HSDPA, HSPA+, serta uji coba teknologi long term evolution (LTE). Kini telkomsel mengembangkan jaringan broadband di 100 kota terbesar di Indonesia. Untuk membantu pelayanan kebutuhan pelanggan, telkomsel kini didukung akses call center 24 jam dan 430 pusat layanan yang tersebar di seluruh di Indonesia.

Telkomsel memiliki tiga produk GSM, yaitu sim PATI “prabayar” kartu AS (prabayar), dan kartu HALLO (pascabayar). Selain itu Telkomsel Flash. Telkomsel bekerja pada jaringan 900 per 1.800 MHz.

Telkomsel memiliki komitmen untuk menghadirkan layanan mobile lifestyle unggulan sesuai dengan perkembangan jaman dan kebutuhan pelanggan. Telkomsel menghadirkan teknologi agar bangsa Indonesia dapat menikmati kehidupan yang lebih baik di masa yang mendatang dengan tetap mendukung kelestarian negeri

Untuk itulah, telkomsel secara aktif mendorong pemanfaatan energi terbarukan sebagai sumber energi untuk menara BTS serta menyelenggarakan pendidikan dan pelatihan bagi remaja dan masyarakat yang kurang mampu melalui peningkatan kualitas masyarakat dan pelestarian lingkungan, telkomsel berpartisipasi aktif untuk masa depan bangsa yang lebih baik.

Telkomsel siap melakukan lompatan besar dalam evaluasi telekomunikasi seluler yang sejalan dengan perubahan gaya hidup. Jaringan telkomsel menghadirkan dunia dengan konektivitas tanpa batas, ragam aplikasi untuk memfasilitasi gaya hidup modern serta rangkaian produk untuk meningkatkan kualitas hidup manusia. Layanan multi media dengan teknologi terdepan membuka peluang kreatif yang memperkaya sendi-sendi kehidupan bangsa Indonesia.

Pertumbuhan jumlah pengguna telkomsel sangat cepat, sehingga tercipta pelanggan yang setia dengan produk kartu prabayar maupun non prabayar. Untuk itu untuk itu penulis ingin mengetahui lebih lanjut mengapa orang-orang lebih memilih kartu prabayar telkomsel dibandingkan kartu prabayar lain, untuk itu

penulis mengambil salah satu pendapat ahli yang menyatakan tentang loyalitas untuk menjadikan landasan dalam penelitian ini.

Menurut Griffin (2004: 183) menyatakan secara umum loyalitas konsumen dapat tercipta dengan beberapa faktor, antara lain:

a. Faktor produk

Faktor produk yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan antara lain:

1. Kualitas produk

Merupakan mutu dari semua komponen-komponen yang membentuk produk, sehingga produk tersebut mempunyai nilai tambah untuk dijual dan dinikmati oleh konsumen.

2. Hubungan nilai dengan harga

Merupakan hubungan antara harga dan nilai produk yang ditentukan oleh perbedaan antara nilai yang diterima oleh perbedaan antara lain yang diterima oleh konsumen dengan harga yang dibayar oleh konsumen terhadap suatu produk yang di inginkan.

3. Bentuk produk

Bentuk produk merupakan komponen-komponen fisik dari suatu produk yang menghasilkan suatu manfaat.

4. Keandala

Merupakan kemampuan dari suatu perusahaan untuk menghasilkan suatu produk sesuai apa yang diinginkan oleh konsumen.

b. Faktor pelayanan

1. Jaminan

Merupakan suatu jaminan yang ditawarkan oleh perusahaan untuk pengembalian harga oleh pembeli atau mengadakan perbaikan terhadap produk yang rusak atau hilang setelah pembelian.

2. Respon dan pemecahan masalah

Response to and of problems merupakan sikap dari karyawan khususnya pemilik perusahaan dalam menanggapi keluhan serta masalah yang dihadapi oleh konsumen.

c. Faktor pembelian

1. Pengalaman karyawan

Merupakan semua hubungan antara konsumen dengan karyawan khususnya dalam hal komunikasi dan informasi yang berhubungan produk dan pembelian.

2. Kemudahan dan kenyamanan

Merupakan segala kemudahan dan kenyamanan yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen dalam mendapatkan produk yang dijual.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas maka dapat di rumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian kartu telkomsel pada mahasiswa Universitas Sari Mutiara Indonesia?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian kartu telkomsel pada mahasiswa Universitas Sari Mutiara Indonesia?

3. Apakah harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian kartu telkomsel pada mahasiswa Universitas Sari Mutiara Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian kartu telkomsel pada mahasiswa Universitas Sari Mutiara Indonesia
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kartu telkomsel pada mahasiswa Universitas Sari Mutiara Indonesia
3. Untuk mengetahui apakah pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian kartu telkomsel pada mahasiswa Universitas Sari Mutiara Indonesia

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan study S1 Fakultas Ekonomi dan Ilmu sosial di Universitas Sari Mutiara Indonesia

2. Pada Akademik

Penelitian ini sebagai penerapan dari fungsi Universitas diharapkan hasil dari penelitian ini dapat berguna sebagai bahan bacaan yang dapat menambah wawasan bagi penelitian selanjutnya pada mahasiswa Universitas Sari Mutiara Indonesia.

3. Bagi Pihak Perusahaan

Penelitian ini dapat memberikan wawasan kepada perusahaan untuk mengetahui apakah strategi yang mereka jalankan sudah berjalan sudah berjalan dengan baik, sehingga kesesuaian harga produk yang mereka pasarkan meningkatkan beli konsumen.

