

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi saat ini tidak dapat dihindari lagi. Salah satunya dibidang teknologi komunikasi. Saat ini teknologi komunikasi sudah sangat melekat di kehidupan manusia, perkembangan ini menjadi salah satu aspek yang dapat dikatakan paling berpengaruh di setiap aktivitas, tindakan dan bahkan perilaku manusia berkomunikasi. Hal ini terlihat banyaknya pengguna dari berbagai kalangan, mulai dari anak-anak sampai orang tua yang mengikuti perkembangan teknologi komunikasi. misalnya telepon genggam. Telepon genggam kini telah dikembangkan menjadi *smartphone* yang memiliki fitur-fitur sangat canggih dan lengkap.

Dahulunya *smartphone* merupakan alat telekomunikasi yang sangat mahal dan mewah. Akan tetapi karena persaingan terjadi dalam industry *smartphone* ini semakin ketat menyebabkan para produsen mengeluarkan *smartphone-smartphone* dengan fitur yang sangat canggih namun dengan harga yang terjangkau. Fenomena tersebut menyebabkan *smartphone* di zaman modern ini tidak lagi menjadi hal yang sangat mahal dan hampir setiap orangpun memilikinya.

Menurut Buchari Alma (2018:97) Keputusan Pembelian ialah sebuah keputusan konsumen yang didasarkan pada ekonomi keuangan, teknologi,

politik, budaya, produk, harga, tempat, iklan, physical evidence, people serta process, jadi terbentuk sebuah perilaku yang memungkinkan pelanggan untuk menggali semua data serta menyimpulkan tindakan yang ada mengenai produk apa yang ingin dibeli.

Keputusan Pembelian ialah urutan langkah yang bermula dari pelanggan mengetahui masalah kebutuhannya, pencarian data tentang produk atau merek tertentu serta memeriksa produk ataupun merek itu sebagus apa setiap alternatif itu bisa mengatasi masalahnya, lalu beberapa proses itu berkaitan dengan Keputusan Pembelian (Fandy Tjiptono 2015 :21).

Terdapat suatu faktor pendrong yang mempengaruhi Keputusan pembelian. Menurut Kotler & Armstrong (2016:188) keputusan pembelian memiliki dimensi yaitu: Faktor Produk, Faktor harga, Faktor promosi, dan Faktor distribusi.

Menurut Kotler dan Armstrong (2017:244) produk didefinisikan sebagai apa pun yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang mungkin memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk mencakup lebih dari sekadar benda berwujud, seperti mobil, pakaian, atau ponsel. Didefinisikan secara luas, produk juga termasuk layanan, acara, orang, tempat, organisasi, dan ide atau campuran dari ini.

Menurut Kotler (2019: 131), harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu. Industri menetapkan harga dalam

bermacam metode. Di perusahaan- perusahaan besar, penetapan harga umumnya ditangani oleh para manajer divisi maupun manajer lini produk.

Menurut Firmansyah (2019: 66) Promosi yaitu berbagai kegiatan perusahaan untuk mengkomunikasikan dan memperkenalkan produk pada pasar sasaran. Promosi adalah cara yang dilakukan oleh perusahaan yang mana mengacu pada teknik-teknik mengomunisasikan informasi mengenai suatu produk.

Hal ini dapat dilihat dengan banyaknya banyak orang yang sudah bergantung pada teknologi telekomunikasi untuk mendapatkan suatu informasi yang dibutuhkan, misalnya seperti yang terjadi pada mahasiswa dan mahasiswi yang sangat membutuh koneksi internet untuk mencari bahan referensi atau teori yang dibutuhkan dalam perkuliahan sebagai pendukung dalam pembelajaran, dan sebagai alat berkomunikasi. Dan tentunya membutuhkan kartu seluler perdana untuk mengakses internet tersebut

Berkaitan dengan hal tersebut, bisnis operator kartu seluler perdana juga semakin berkembang dan semakin menjanjikan, karena tanpa kartu seluler smartphone tidak dapat berfungsi dengan baik, sebab alat komunikasi ini pada dasarnya difungsikan dengan kartu seluler. Seperti yang kita ketahui, saat ini terdapat beberapa operator seluler yang menyediakan jasa sinyal telekomunikasi dan internet. Operator-operator seluler diantaranya yaitu Telkomsel, Xl, Indosat, Tree, dan Smatrtfren. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya pelajar yang menggunakan kartu internet perdana untuk berbagai

keperluan mulai dari bersosialisasi maupun mencari informasi. Berikut tabel pengguna kartu seluler perdana:

Tabel I.I
Jumlah pengguna kartu seluler perdana tahun 2022.

No	Nama Kartu Perdana	Jumlah orang
1.	Telkomsel	9 Orang
2.	XI	7 orang
3.	Indosat	6 orang
4.	Tree	5 orang
5.	Smartfren	3 orang
Total		30 Orang

Sumber : Hasil Prariset 2022

Dari table di atas dapat dilihat bahwa jumlah pengguna kartu seluler perdana adalah. Kartu perdana Telkomsel yang mempunyai pengguna paling banyak, jumlah pengguna kartu perdana Telkomsel adalah sebanyak 9 orang. Lalu dibawah kartu perdana Telkomsel ada kartu perdana XI dengan tingkat pengguna kartu perda XI sebanyak 7 oarng. selanjutnya adalah kartu perdana Indosat dengan jumlah pengguna sebanyak 6 orang. Lalu selanjutnya di nomor empat adalah kartu perdana Tree dengan jumlah pengguna kartu perdana adalah sebanyak 5 orang. Dan diposisi terakhir dengan pengguna kartu perdana paling sedikit adalah kartu perdana Smartfren dengan tingkat pengguna kartu yang hanya mencapai 3 orang.

Setiap konsumen pastinya ingin menggunakan operator seluler yang kuat di daerahnya masing-masing. Lalu dengan harga paket dan promo yang menarik agar konsumen tertarik untuk membeli operator seluler tersebut. Lalu kemudahan konsumen dalam membeli paket data internet

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian , diantaranya produk, harga. Dan promosi selain faktor produk adapula faktor keputusan pembelian menjelaskan bahwa masih rendahnya kualitas kartu perdana , yaitu kartu perdana yang belum memenuhi standar kualitas yang di harapkan konsumen karena dilihat dari kualitas pelayanan serta harga penjualannya.

Tabel I.2

Hasil wawancara dengan pengguna kartu perdana internet Smartfren

No	Pernyataan	S	TS
1	Sinyal kartu perdana Smartfren sangat kuat	10	18
2	Kualitas jaringan kartu perdana Smartfren sangat jernih dan luas	13	15
3	Harga dari kartu perdana Smartfren sangatlah terjangkau	16	12
4	Distribusi luas	11	17
5	Kartu perdana Smartfren mudah diperoleh	12	16
6	Promosi di sajikan begitu menarik	13	15
7	Banyak promosi yang di adakan oleh kartu perdana Smartfren	18	10
8	Harga dari kartu Smartfren sangat beragam	14	14
	Jumlah	28	28

Sumber: hasil prariset 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa. Sinyal kartu perdana Smartfren sangat kuat, yang menyatakan setuju sebanyak 10 orang. dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 18 orang. hal ini dikarenakan sinyal dari kartu perdana Smartfren tidak begitu kuat sehingga tidak begitu banyak orang yang menggunakan kartu perdana Smartfren

Kualitas jaringan kartu perdana Smartfren sangat jernih dan luas, yang menyatakan setuju adalah sebanyak 13 orang. dan yang menyatakan tidak setuju adalah sebanyak 15 orang. hal ini dikarenakan bahwa jaringan kartu perdana Smartfren tidak dapat memasuki beberapa daerah perkampungan.

Harga dari kartu perdana Smartfren sangatlah terjangkau, yang menyatakan setuju bahwa kartu perdana Smartfren terjangkau adalah sebanyak 16 orang. dan yang menyatakan tidak setuju adalah sebanyak 12 orang. hal ini dapat dilihat segi harga kartu perdana Smartfren memang sangat terjangkau atau lebih murah dibandingkan dengan kartu perdana merek lain

Distribusi luas, yang menyatakan setuju adalah sebanyak 11 orang dan yang menyatakan tidak setuju adalah sebanyak 17 orang. dari hal ini dapat dikarenakan bahwa distribusi dari kartu perdana Smartfren tidak begitu luas dibandingkan dengan kartu perdana yang lain, Ini dikarenakan bahwa keterbatasan jaringan dari kartu perdana Smartfren. Sehingga tidak dapat mendistribusikan produk kartu perdana Smartfren ke beberapa daerah tersebut.

Kartu perdana Smartfren mudah diperoleh, yang menyatakan setuju adalah sebanyak 12 orang. dan yang menyatakan tidak setuju adalah sebanyak 16 orang. hal di karenakan bahwa kartu perdana Smartfren memang tidak mudah untuk diperoleh, hal ini dikarenakan distribusi dari kartu perdana Smartfren memang terbatas. Mengingat jaringan dari kartu perdana Smartfren yang tidak luas.

Promosi yang disajikan begitu menarik, yang menyatakan setuju adalah sebanyak 13 orang. dan yang menyatakan tidak setuju adalah sebanyak 15 orang. promosi yang disajikan oleh kartu perdana Smartfren adalah paket kuota full unlimetid. Namun konsumen kurang minat untuk membeli kartu perdana Smartfren dikarenakan penggunaan kuota yang terbatas dalam pemakaian perharinya

Banyak promosi yang di adakan oleh kartu perdana Smartfren, yang menyatakan setuju adalah sebanyak 18 orang. dan yang menyatakan tidak setuju adalah sebanyak 10 orang. hal ini dikarenakan promosi yang di adakan oleh kartu perdana Smartfren memanglah banyak, yaitu berupa paket kuota full unlimetid, paket internet malam gratis, dan penggunaan 1GB dalam sehari dan dapat menikmati gratis interet sepuasnya tanpa batas.

Harga dari kartu perdana Smartfren sangat beragam, yang menyatakan setuju adalah sebanyak 14 orang. dan yang menyatakan tidak setuju adalah sebanyak 14 orang. Hal ini dikarenakan harga dari kartu perdana Smartfren

memanglah sangat beragam, dan kartu perdana Smartfren lebih murah dibandingkan dengan kartu perdana yang lain.

Setiap konsumen tentunya sudah menentukan pilihannya dalam menentukan keputusannya dalam memilih produk yang ingin dibeli. Pemilihan merek, Konsumen harus mampu menentukan merek produk yang akan dibelinya sesuai dengan merek produk yang menurutnya bagus. Pemilihan tempat penyalur, konsumen harus bisa menentukan atau menetapkan penyedia jasa yang akan didatanginya untuk membeli suatu produk yang akan dibelinya. Waktu pembelian, keputusan konsumen menentukan waktu kapan melakukan pembelian dari suatu produk. Jumlah pembelian, konsumen sudah menentukan berapa banyak barang yang akan dibelinya. metode pembayaran, keputusan konsumen dalam memilih keputusan metode pembayaran yang akan digunakan

Model atau design dari suatu produk sangat mempengaruhi minat beli dari konsumen, dengan design yang menarik konsumen agar dapat tertarik untuk melakukan pembelian dari produk tersebut. Kualitas dari suatu produk juga dapat mempengaruhi minat beli konsumen, apabila kualitas tidak sesuai dengan harapan konsumen. Maka konsumen tidak akan membeli produk tersebut, begitu pula sebaliknya, dan merek juga dapat menjadi indikator keputusan pembelian dari konsumen.

Harga yang sudah diberikan oleh perusahaan untuk menentukan harga dari suatu produk mereka dapat dijangkau oleh konsumennya untuk membeli

produk sesuai dengan kemampuan membeli konsumen. Kesesuaian harga dengan kualitas produk. Harga yang sudah diberikan terhadap produk harus sesuai dengan kualitas produk. Dan daya saing harga yang diberikan oleh perusahaan untuk bersaing dalam mendapatkan konsumen untuk membeli produknya.

Selain dari kualitas produk, pengaruh harga dari suatu produk juga sangat penting menjadi pertimbangan utama mahasiswa untuk menentukan pembelian produk. kartu seluler perdana . jika harga tinggi namun kualitas produk tidak sesuai dengan yang diharapkan, maka kepuasan konsumen terhadap produk yang dibeli semakin rendah dan jika harga rendah dan kualitas sesuai yang diharapkan maka kepuasan konsumen terhadap produk yang dibeli akan semakin meningkat. Jika harga yang ditetapkan penjual kartu seluler dan sesuai dengan daya beli mahasiswa, maka pemilihan suatu produk akan diutamakan pada produk tersebut karena pengguna merasa puas dengan kualitas produk yang dibeli.

Promosi yang dilakukan dapat melalui media periklanan untuk menarik minat konsumen dengan melihat iklan dari produk tersebut. Dan promosi penjualan, produk yang melakukan promosi penjualan dengan menyediakan berbagai macam promosi yang dihadirkan untuk menarik minat beli konsumen terhadap produknya, dengan melakukan promosi di media iklan maupun melalui papan iklan untuk menarik minat beli dari konsumen.

Bersarakan pembahasan diatas, dengan melihat permasalahan yang dihadapi, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh**

Kualitas Produk, Harga. Dan promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Smartfren di Kecamatan Seberang Ulu I kota Palembang.

B. Rumusan Masalah

1. Adakah pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian kartu perdana Smartfren di kecamatan Seberang Ulu I Palembang?
2. Adakah pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kartu perdana Smartfren di kecamatan Seberang Ulu I Palembang?
3. Adakah pengaruh harga terhadap keputusan pembelian kartu perdana Smartfren di kecamatan Seberang Ulu I Palembang?
4. Adakah pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian kartu perdana Smartfren di kecamatan Seberang Ulu I Palembang?

C. Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis mempunyai beberapa tujuan:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga. dan promosi terhadap keputusan pembelian kartu perdana Smartfren di kecamatan Seberang Ulu I Palembang
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kartu perdana Smartfren di kecamatan Seberang Ulu I Palembang
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian kartu perdana Smartfren di kecamatan Seberang Ulu I Palembang

4. Adakah pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian kartu perdana Smartfren di kecamatan Seberang Ulu I Palembang

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan oleh penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Bagi almamater

Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan acuan sekaligus tambahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang relatif sama

2. Bagi penulis

Dapat memberikan pembelajaran dan gambaran baik secara praktek maupun teori yang selama ini diperoleh selama perkuliahan.

3. Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan referensi serta dengan ini peneliti menyarankan untuk selanjutnya dapat menggunakan judul yang sama guna melihat perbandingan produk, harga, dan promosi, untuk suatu barang.