

# BAB I

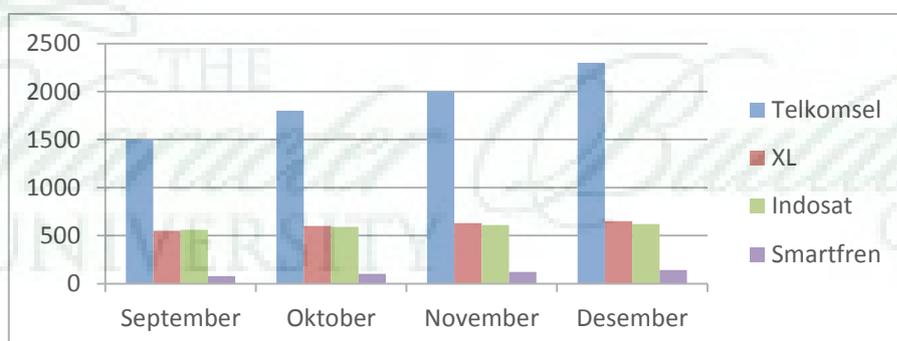
## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Telkomsel menjadi salah satu operator seluler terbesar yang ikut bersaing dalam memenuhi kebutuhan konsumen akan layanan data internet hal ini dapat dilihat dari tingkat penjualan Telkomsel yang lebih dominan dibanding dengan operator lain.

Menurut Griffin & Foster (2008:170), sukses tidaknya suatu perusahaan dalam menciptakan pelanggan yang loyal sangat bergantung pada kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai, dan secara terus menerus berupaya untuk memperbaikinya. Hasil dari loyalitas bersifat jangka panjang dan kumulatif. Sebagai usaha untuk mendapatkan konsumen yang loyal, maka operator seluler harus menyusun strategi yang lebih akurat, diantaranya adalah meningkatkan kualitas layanan dan mengetahui posisi pesaing dan memperkirakan besarnya pangsa pasar

Sebagai operator seluler terbesar di Indonesia saat ini keuntungan yang dihasilkan oleh Telkomsel juga terus meningkat seiring dengan peningkatan penjualan yang diperoleh dari waktu ke waktu. Peningkatan keuntungan melalui penjualan yang di peroleh Telkomsel dapat dilihat dari grafik penjualan Telkomsel pada periode September-Desember 2015 sebagai berikut:



Gambar 1.1: Grafik penjualan paket data internet Telkomsel periode September – Desember 2015.

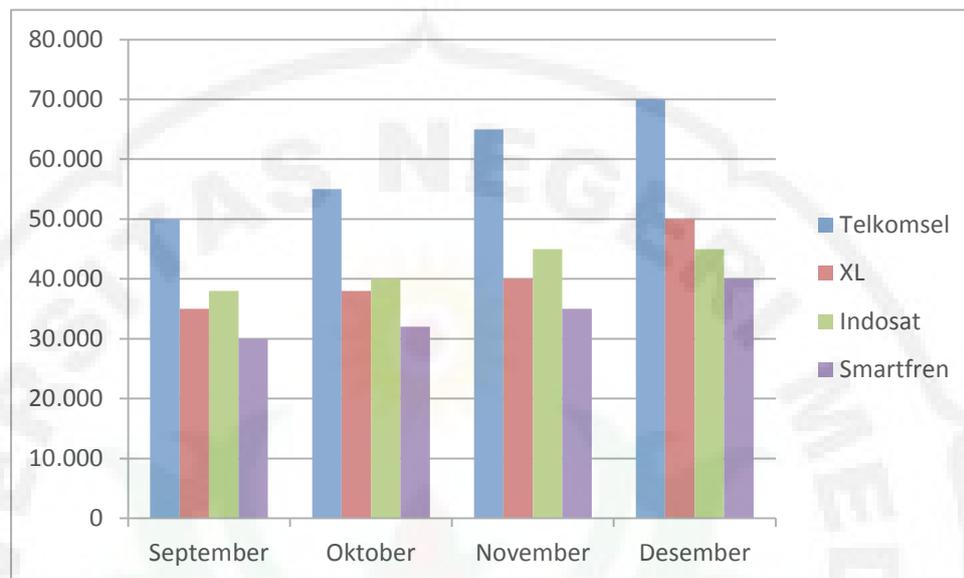
Dari grafik di atas menunjukkan perbandingan pendapatan yang diperoleh antar operator yang bersaing menyediakan layanan data internet. Penjualan yang di peroleh Telkomsel dalam periode September sampai dengan Desember 2015 cenderung mengalami peningkatan yang sangat signifikan dibanding dengan operator lain. Hal ini tentu menimbulkan pertanyaan mengapa perbandingan volume penjualan yang dihasilkan Telkomsel sangat dominan jika dibandingkan dengan operator lain.

Banyak faktor yang dapat meningkatkan volume penjualan baik itu secara intern atau ekstern. Salah satunya adalah kualitas layanan yang disediakan oleh perusahaan. Dengan kualitas layanan yang baik maka loyalitas konsumen juga akan semakin meningkat. Menurut salah satu penelitian oleh Arfeni Daulay (2015:75) kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen yang tentu akan meningkatkan volume penjualan perusahaan.

Layanan maksimal yang diberikan perusahaan kepada konsumen akan meningkatkan loyalitas konsumen akan produk yang dihasilkan. Telkomsel berusaha memberikan layanan internet yang maksimal kepada konsumen dan berusaha menjangkau masyarakat hingga ke berbagai daerah. Dengan kualitas jaringan yang menjangkau hingga daerah kecil semakin meningkatkan jumlah konsumen.

Layanan yang diberikan Telkomsel tentu memiliki harga, dengan pengembangan yang maksimal hingga ke daerah kecil tentu biaya operasional yang dibutuhkan oleh perusahaan semakin meningkat. Dalam hal ini biaya tarif yang di tetapkan Telkomsel untuk layanan data internetnya menjadi lebih tinggi dibandingkan dengan operator seluler penyedia layanan internet lain

Memperhatikan harga paket internet yang di tetapkan oleh Telkomsel pada bulan September- Desember 2015 dibandingkan dengan operator seluler penyedia layanan internet lain tampak pada grafik sebagai berikut:



Gambar 1.2 : Grafik perbedaan tarif layanan internet operator seluler pada bulan September- Desember 2015.

Dari grafik diatas tampak bahwa tarif layanan yang ditetapkan oleh operator Telkomsel cenderung lebih mahal jika dibandingkan dengan operator lain yang juga menyediakan layanan yang sama.

Dilihat dari grafik diatas terlihat bahwa pada paket data internet dengan kuota 2GB, Telkomsel menetapkan harga yang cenderung sangat tinggi. Peningkatan harga yang tinggi tentu dapat mempengaruhi minat konsumen dalam menggunakan suatu produk. Pada umumnya konsumen dalam hal ini masyarakat tentu akan berusaha mencari harga yang lebih murah untuk sebuah produk.

Tingkat tarif yang tinggi pada hakikatnya tentu akan mengurangi jumlah pelanggan jika dilihat secara teoritis, namun yang terjadi dengan perusahaan Telkomsel pada kenyataannya tarif tinggi yang diberikan untuk layanan internet tidak mempengaruhi penjualan produk yang dihasilkan. Hal tersebut dapat dilihat dari tingkat pendapatan yang di peroleh Telkomsel dari bulan ke bulan tetap meningkat, yang jika dibandingkan dengan operator lain adalah pendapatan lebih tinggi.

Tingginya harga yang ditetapkan Telkomsel mungkin dipengaruhi oleh kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan. Dengan harga yang tinggi layanan yang diberikan oleh Telkomsel juga sesuai dengan kualitas layanan yang

diberikan. Jaringan Telkomsel menjadi yang terbaik di antara operator lain dan menjangkau hingga berbagai daerah di Indonesia.

Dengan kualitas layanan yang diberikan tentu kita dapat menyimpulkan harga tinggi yang ditetapkan sesuai dengan kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen. Layanan maksimal yang diberikan perusahaan tentu akan meningkatkan loyalitas dan jumlah konsumen yang menggunakan layanan operator Telkomsel. Tingginya loyalitas konsumen akan berdampak pada peningkatan pendapatan perusahaan, yang bisa dilihat dari gambar 1.1.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Telkomsel (Study Kasus Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan).**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Persaingan antar operator seluler sangat lah tinggi, konsumen saat ini sangat kritis dalam memilih sebuah produk atau jasa. Untuk itu peneliti ingin melihat apakah harga dan kualitas produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian Telkomsel oleh konsumen.

## **1.3 Pembatasan Masalah**

Untuk menghindari kesalahan persepsi dalam penelitian ini maka perlu adanya pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah hanya membahas pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Telkomsel.

## **1.4 Perumusan Masalah**

Berdasarkan pembatasan masalah maka dirumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Telkomsel?
2. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Telkomsel?
3. Apakah ada pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Telkomsel?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Dalam melakukan sebuah penelitian perlu ditentukan terlebih dahulu tujuan penelitian agar tidak kehilangan arah dalam melakukan penelitian. Adapun tujuan-tujuan dari diadakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui dan dapat menjelaskan bagaimana pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Telkomsel.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini yang dapat diharapkan berguna bagi penulis, perusahaan, Universitas Negeri Medan, dan bagi pihak lain yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan Sarjana Manajemen di Universitas Negeri Medan.

2. Bagi Perusahaan

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada pemilik perusahaan dalam menentukan kebijakan manajemen perusahaan dalam usaha peningkatan loyalitas konsumen.

3. Bagi Universitas Negeri Medan

Sebagai tambahan literature kepustakaan di bidang penelitian mengenai pengaruh harga dan kualitas jaringan terhadap penjualan Telkomsel.

4. Bagi Pihak Lain

Bagi pembaca dan pihak-pihak lainnya, penelitian ini diharapkan dapat lebih memperdalam pengetahuan dan sebagai referensi untuk melakukan penelitian sejenis di masa yang akan datang.