

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 . Latar Belakang**

Pada era globalisasi ekonomi dan perdagangan bebas yang berkembang pesat di Indonesia saat ini, kebutuhan akan kemajuan teknologi sangat dibutuhkan dan berpengaruh besar terhadap masyarakat dalam menjalankan kehidupan sehari-hari agar senantiasa semakin berkembang dan tetap eksis. Meningkatnya perkembangan zaman dan kebutuhan masyarakat dari hari ke hari tidak dapat dihindari, hal ini menyebabkan kebutuhan masyarakat pun semakin beragam, termasuk salah satunya dibidang teknologi dan informasi.

Salah satu media informasi yang tidak bisa terpisahkan pada kehidupan sehari-hari adalah telepon genggam. Telepon genggam atau telepon seluler saat ini pun telah mengalami perkembangan inovasi yang menyajikan berbagai fungsi baik untuk media komunikasi secara lisan dan tertulis ataupun sebagai media hiburan. Hal ini juga yang memunculkan adanya evolusi telepon genggam menjadi *smartphone* yang menyajikan fitur-fitur yang memanjakan para penggunanya untuk mengakses segala macam informasi hanya dalam waktu yang cepat seketika itu juga.

Selain sebagai sarana komunikasi, keberadaan telepon genggam juga membantu untuk memenuhi kebutuhan hidup lainnya seperti media pemesanan tiket online, pemesanan layanan transportasi dan kelangsungan bisnis lainnya melalui aplikasi sesuai kategori kebutuhan masing-masing. Hal ini pula yang menyebabkan

pergeseran kebudayaan gaya hidup ke arah modern. Sehingga masyarakat di desa tidak perlu jauh - jauh ke kota untuk bisa mengakses informasi yang terjadi di kota begitu juga sebaliknya.

Pada dasarnya kecanggihan telepon genggam tidak terlepas dari kartu sim yang dipakai sebagai penunjang dalam pengoperasian telepon genggam itu sendiri. Dalam kartu sim itu sendiri terdapat pulsa telepon dan pulsa internet untuk menunjang para penggunanya untuk bisa berkomunikasi, mengakses sosial media dan menjelajah informasi atau biasa disebut dengan *browsing*.

Persaingan antar perusahaan jasa telekomunikasi saat ini semakin ketat. Indonesia dengan jumlah penduduk yang sangat banyak dan memiliki sifat konsumtif yang tinggi terhadap jasa telekomunikasi menjadi pasar potensial bagi perusahaan jasa telekomunikasi. Hal tersebut ditandai dengan banyaknya produk-produk jasa layanan telekomunikasi yang ada di Indonesia saat ini. Produk-produk jasa layanan telekomunikasi yang ada di Indonesia adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1

Daftar Operator Seluler di Indonesia

No.	Produk	Penyedia
1	KartuHALO	Telkomsel
2	SimPATI	Telkomsel
3	Indosat 3,5G Broadband	Indosat (IndosatM2)
4	Mentari, Matrix	Indosat

5	SimPATI Freedom	Telkomsel
6	SimPATI (Kartu Facebook)	Telkomsel
7	Kartu As	Telkomsel
8	Ceria	Sampoerna Telekom
9	Axis	AXIS Telekom Indonesia
10	Kartu As (Kartu Prima)	Telkomsel
11	Matrix Auto	Indosat
12	IM3	Indosat
13	Mentari	Indosat
14	XL Prabayar, XL Pascabayar	XL Axiata
15	ByRU	PSN/AceS
16	XL Prabayar, Hauraa	XL Axiata
17	XL Prabayar	XL Axiata
18	Smartfren	Smartfren Telecom
19	3	Hutchison Charoen Pokphand Telecom

Sumber : *Token, 2014*

Pada Tabel 1.1 diatas dapat diketahui bahwa ada tiga penyedia kartu SIM yang saat ini menguasai pangsa pasar yaitu Telkom, Indosat dan XL Axiata. Mereka saling berompetisi untuk memnguasai pasar Indonesia dengan memunculkan produk kartu SIM. Dapat dilihat Telkomsel sampai saat ini telah meluncurkan 6 produk dan 4 produk *bundling* dengan brand kecil. Indosat telah meluncurkan 5 produk. Sedangkan XL 3 produk kartu SIM. Dan diprediksi produk- produk kartu SIM akan

terus bertambah dan berinovasi pada tahun selanjutnya seiring dengan berkembangnya kebutuhan layanan telekomunikasi dan *smartphone* di Indonesia. Dari tabel diatas dapat disimpulkan juga bahwa Indosat juga masih menjadi kompetitor terbesar penyedia layanan kartu SIM setelah Telkom berdasarkan pada banyaknya jumlah produk yang dimiliki.

Tabel 1.2

	2012	2013	2014
<b>Revenue (triliun)</b>	83,58	93,00	109,19
Pertumbuhan (%)	12,46	7,11	8,46
- <b>Telkomsel (triliun)</b>	54,53	60,03	66,25
Pertumbuhan (%)	11,9	10,09	10,36
- <b>Indosat (triliun)</b>	18,48	19,37	19,48
Pertumbuhan (%)	11,47	4,79	0,55
- <b>XL Axiata (triliun)</b>	20,97	21,26	23,46
Pertumbuhan (%)	14,84	1,41	10,32
<b>Pelanggan (dalam juta)</b>			
- <b>Telkomsel</b>	125	132	141
Pertumbuhan (%)	16,94	5,09	6,90
- <b>Indosat</b>	58,45	59,60	63
Pertumbuhan (%)	13,06	1,97	6,04
- <b>XL Axiata</b>	45,80	60,50	59,60
Pertumbuhan (%)	-1,29	32,10	-1,45
<b>Kepemilikan BTS</b>			
- <b>Telkomsel</b>	54.297	69.864	85.420
Pertumbuhan (%)	27,39	28,67	22,27
- <b>Indosat</b>	21.930	24.280	40.229
Pertumbuhan (%)	13,9	10,72	65,69
- <b>XL Axiata</b>	39.452	44.946	52.012
Pertumbuhan (%)	39,54	13,93	15,72

Sumber: *Data perusahaan dan perkiraan internal*

Pada tabel 1.2 menunjukkan bahwa Indosat mengalami kenaikan pertumbuhan pendapatan pada empat tahun terakhir. Pada tahun 2013 pertumbuhan Indosat

mencapai 18,48 Triliun. Pada tahun 2014 total pendapatan mencapai 19,37 Triliun sehingga mengalami kenaikan sebesar 0,48 Triliun. Dan pada tahun 2014 total pendapatan menjadi 19,48 sehingga mengalami kenaikan sebesar 0,11 Triliun. Sehingga dapat disimpulkan pendapatan Indosat mengalami pertumbuhan pada empat tahun terakhir dan secara tidak langsung juga diikuti dengan kenaikan jumlah pelanggan pada tiap tahunnya.

PT Indosat Tbk. adalah salah satu perusahaan penyedia jasa telekomunikasi dan jaringan telekomunikasi (*provider*) di Indonesia. Perusahaan ini menawarkan saluran komunikasi untuk pengguna telepon genggam dengan pilihan pra bayar maupun pascabayar dengan merek jual Matrix Ooredoo, Mentari Ooredoo dan IM3 Ooredoo. Jasa lainnya yang disediakan adalah saluran komunikasi via suara untuk telepon tetap (*fixed*) termasuk sambungan langsung internasional IDD (*International Direct Dialing*). Indosat Ooredoo juga menyediakan layanan multimedia, internet dan komunikasi data (MIDI= *Multimedia, Internet & Data Communication Services*).

Para pengguna provider Indosat khususnya pada produk IM3 baik *IDD* maupun *MIDI* ini sudah sangat menjamur mengingat Indosat termasuk tiga besar provider yang menguasai pangsa pasar, khususnya pada kalangan mahasiswa yang tidak bisa terlepas dari dunia internet. Berdasarkan hasil *explorative study* yang telah peneliti lakukan, sebagian besar mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya selalu menggunakan kartu sim IM3 daripada kartu sim lain. Pada tabel 1.2 menunjukkan bahwa IM3 merupakan kartu sim yang paling diminati oleh para mahasiswa

Tabel 1.3

Data Penggunaan Kartu Sim Provider Pada Mahasiswa Universitas 17

Agustus 1945 Surabaya

No.	MEREK	KONSUMEN PENGGUNA	
		Jumlah	Persen (%)
1	Kartu HALO	2	7%
2	SimPATI	6	20%
3	Indosat 3,5G Broadband	2	7%
4	Mentari, Matrix	1	3%
5	SimPATI Freedom	2	7%
6	SimPATI (Kartu Facebook)	0	0%
7	Kartu As	2	7%
8	Ceria	0	0%
9	Axis	2	7%
10	Kartu As (Kartu Prima)	1	3%
11	Matrix Auto	0	0%
<b>12</b>	<b>IM3</b>	<b>9</b>	<b>30%</b>
13	Mentari	1	3%
14	XL Prabayar, XL Pascabayar	0	0%
15	ByRU	0	0%
16	XL Prabayar, Hauraa	0	0%
17	XL Prabayar	2	7%
18	Smartfren	0	0%
19	3	0	0%
<b>TOTAL SAMPEL</b>		<b>30</b>	<b>100%</b>

### Alasan Menggunakan Kartu IM3

- \*IM3 memiliki harga terjangkau
- \*Paket kuota IM3 sesuai kebutuhan
- \*Service Center mudah didapatkan
- \*Promo-promo yang diberikan IM3 menarik
- \*Jaringan/signal yang bagus

*Sumber: Data kuisisioner yang diolah, 2017*

Penelitian yang dilakukan oleh Febri Arum (2015) tentang "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Desain Produk, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indosat IM3 Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta" menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen dan keputusan penggunaan kartu SIM indosat IM3 pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas muhammadiyah Surakarta. Menurut beberapa responden dari penelitian terdahulu ini kualitas layanan Indosat im3 dari segi koneksi internet terkadang masih lambat dan sering terjadi blank signal, hal ini juga didukung oleh [www.indobb.com](http://www.indobb.com) yang merupakan forum yang digunakan untuk menyampaikan keluhan konsumen mengenai Indosat IM3. Promosi melalui iklan yang menayangkan berbagai inovasi IM3 berupa paket-paket internet murah dan keuntungan-keuntungan jika menggunakan pulsa telepon dan SMS dengan harga terjangkau bahkan murah nyatanya juga mampu menarik minat

masyarakat untuk membeli dan menggunakan IM3 khususnya pada kalangan pelajar. Berdasarkan fenomena yang

terjadi, maka dalam penelitian kali ini penelitian mengambil judul penelitian “PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PENGGUNAKAN KARTU IM3 PADA MAHASISWA UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah seperti diatas, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas promosi berpengaruh terhadap loyalitas penggunaan kartu IM3 pada mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap loyalitas penggunaan kartu IM3 pada mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas penggunaan kartu IM3 pada mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk menganalisis adanya pengaruh promosi terhadap terhadap loyalitas penggunaan kartu IM3 pada mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
2. Untuk menganalisis adanya pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas penggunaan kartu IM3 pada mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.



3. Untuk menganalisis adanya pengaruh harga terhadap terhadap loyalitas penggunaan kartu IM3 pada mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat antara lain :

1. Manfaat Praktis

Sebagai rekomendasi bagi praktisi manajemen yang menjalankan bisnis/usahanya, khususnya yang berhubungan dengan objek penelitian pemasaran tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian dan loyalitas pelanggan

2. Manfaat Teoritis

Pengembangan disiplin ilmu pengetahuan manajemen pemasaran khususnya yang berkaitan dengan promosi, kualitas produk, dan harga.

3. Manfaat Bagi Peneliti

Penulis mempunyai kesempatan baik dalam menganalisis dan menyimpulkan masalah yang berhubungan dengan penelitian