

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan teknologi. Banyak orang yang bergantung pada teknologi internet dalam mencari berbagai informasi yang diperlukan. Terlebih dalam hal penunjang pembelajaran untuk mencari materi pembelajaran atau mencari referensi bagi mahasiswa, karena efektif dan efisien dari pada membeli buku yang terbilang cukup mahal. Dan disisi lain pengguna internet yang menggunakan paket bulanan cenderung lebih hemat secara harga.

Internet saat ini merupakan salah satu sumber informasi yang sangat diperlukan setiap orang dalam mencari informasi. Kebutuhan dan pemilihan layanan internet memiliki banyak tawaran dan pilihan. Untuk itu pembeli harus cerdas dan selektif dalam mengambil keputusan pembelian layanan internet dari provider telekomunikasi.

Semakin ketatnya persaingan bisnis yang ada, terutama pesaing bisnis dari perusahaan sejenis. membuat perusahaan semakin terpacu untuk menarik konsumen dan perusahaan perlu mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Agar perusahaan mengetahui apa yang dibutuhkan dan diinginkan serta memberikan kepuasan terhadap konsumen.

Tjiptono (2008) inovasi memberikan nilai yang lebih bagi perusahaan inovator yang dapat menjadi pionir untuk berpeluang mendapatkan citra dan reputasi positif atau daya inovasi dan keprogresifan dalam membuka pasar. Karena, pada umumnya perusahaan melakukan inovasi produk untuk merebut konsumen dari para pesaingnya Setiadi (2003) oleh sebab itu, perusahaan dituntut untuk mampu menciptakan pemikiran-pemikiran baru, gagasan-gagasan baru dengan menawarkan produk yang inovatif serta meningkatkan kualitas pelayanan yang dapat memuaskan pelanggan sehingga produk yang ditawarkan menjadi pilihan konsumen dalam pengambilan keputusan konsumen untuk menggunakan dan mengkonsumsi produk itu kembali.

Kualitas pelayanan yang ditawarkan juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Produk dan layanan oleh provider telekomunikasi begitu beragam dan berlomba-lomba memberikan layanan yang baik untuk meningkatkan kualitas dan inovasi produk bagi para pelanggan.

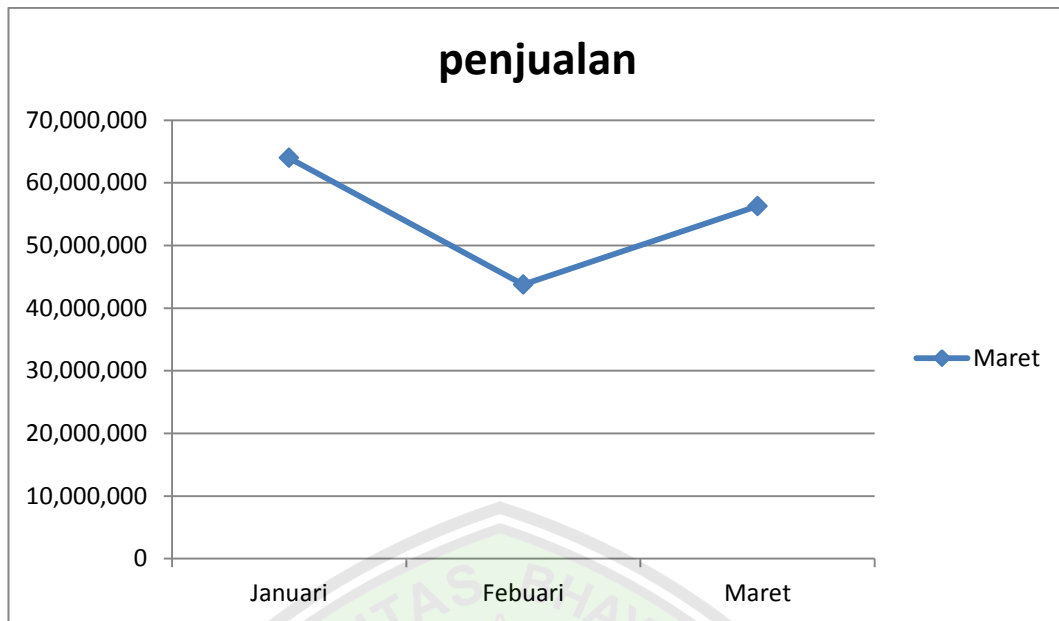
Berikut ini beberapa operator dari kartu seluler yang ada di Indonesia sebagai berikut :

Tabel 1.1 Beberapa Operator dan Penguasa Pasar di Indonesia

No	Nama Operator	Penguasaan Pasar
1.	Telkomsel	173,9 Juta Pelanggan
2.	Indosat Ooredoo	95,6 Juta Pelanggan
3.	Tri Indonesia	56,5 Juta Pelanggan
4.	XL Axiata	46,47 Juta Pelanggan
5.	Smartfren	12 Juta Pelanggan

Sumber : Validnews.co 2017

Pada saat ini Indosat berada di nomor urut dua untuk kartu prabayar paling diminati di Indonesia karena memiliki 95,6 juta pelanggan yang meningkat dibandingkan tahun lalu dengan jumlah pelanggan 85,7 . Pada saat ini persaingan kartu prabayar mengalami persaingan ketat dengan inovasi dan kualitas layanan yang diberikan. Indosat Ooredoo masih menjadi kartu prabayar yang diminati masyarakat dengan bonus kuota dan program benefit lainnya yang ditawarkan.



Gambar 1.1 Grafik Penjualan

Penelitian ini diambil hanya di Bekasi B, masalah yang terjadi di Bekasi B adalah Jumlah Pencapaian atau Reload yang tidak mencapai Target bulanan Rp. 90.000.000 bisa dilihat dari grafik dari Januari-maret tidak ada yang mencapai target. Bahkan di bulan februari mengalami penurunan penjualan dibandingkan bulan Januari, dan di bulan maret mengalami kenaikan tapi tidak sebanyak penjualan bulan Januari.

Tabel 1.2 Pendapatan dari Bulan Januari-Maret

NO	CLUSTER	RELOAD					
		Jan	Febr	Maret	Total Ach	Target	%
1	Bekasi A	85.902.405	76.268.000	79.684.500	241.854.905	234.000.000	103%
2	Bekasi B	63.952.250	43.744.050	56.277.000	163.973.300	234.000.000	70%
3	Bogor A	76.044.500	69.208.750	99.029.100	244.282.350	234.000.000	104%
4	Bogor B	37.475.250	35.154.050	45.428.500	118.057.800	124.800.000	95%
5	Tangerang A	77.247.400	57.588.750	83.227.000	218.063.150	234.000.000	93%
6	Tangerang B	70.873.000	66.521.000	86.814.500	224.208.500	234.000.000	96%
7	Karawang	55.071.500	61.109.750	54.255.750	170.437.000	156.000.000	109%
8	Cikarang	59.503.000	45.720.750	65.335.250	170.559.000	124.800.000	137%
9	Depok	111.327.000	81.011.000	97.489.750	289.827.750	280.800.000	103%
10	Leuwiliang	25.145.500	28.817.500	32.554.750	86.517.750	93.600.000	92%
TOTAL		662.541.805	565.143.600	700.096.100	1.927.781.505	1.950.000.000	99%

Data penjualan kartu perdana indosat bekasi pada bulan Januari-maret 2018

Pada saat ini persaingan kartu prabayar mengalami persaingan ketat dengan inovasi dan kualitas layanan yang diberikan. Indosat ooredoo masih menjadi kartu prabayar yang diminati masyarakat . namun dari data diatas bisa dilihat khususnya untuk penjualan bekasi B mengalami penurunan di tiga bulan terakhir di bulan Febuari dan mengalami sedikit peningkatan lagi dibulan maret tapi masih belum semaksimal dipenjualan dibulan januari. Dibulan januari penjualan kartu prabayar indosat ooredoo sebesar 63,9 juta dan dibulan Febuari mengalami penurunan penjualan sebesar 43,7 juta dan mengalami sedikit kenaikan penjualan lagi dibulan maret sebanyak 56,2 juta Hal ini memicu penulis untuk meneliti apakah ada hubungannya inovasi produk dan kualitas pelayanan yang ditawarkan untuk keputusan pembelian produk indosat ooredoo cabang bekasi.

Berdasarkan uraian diatas penulis merasa tertarik terhadap penelitian minat konsumen indosat ooredoo yang ada di bekasi dengan judul **“Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian PT.Indosat ooredoo Bekasi (Perum. Taman Alamanda)”**

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh antara inovasi produk kepada keputusan pembelian layanan internet indosat ooredoo?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian layanan internet indosat ooredoo?
3. Apakah terdapat pengaruh antara inovasi produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian layanan internet indosat ooredoo?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian yang hendaknya perlu dicapai adalah :

1. Untuk mengetahui apakah inovasi produk yang ditawarkan berpengaruh terhadap keputusan pembelian indosat ooredoo ?
2. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan yang diberikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian indosat ooredoo?

3. Untuk mengetahui apakah inovasi produk dan kualitas pelayanan yang ditawarkan bersama-sama memberikan pengaruh pada keputusan pembelian indosat ooredoo?

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Untuk memberikan informasi yang berguna dalam menentukan strategi pemasaran pada keputusan pembelian.

2. Bagi Pembaca atau bagi peneliti lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi terutama yang berkenaan pada keputusan pembelian.

3. Bagi Universitas

Dapat menambah referensi untuk mahasiswa lain khususnya fakultas ekonomi dan sebagai informasi bahan pembandingan bagi penelitian lain.\

1.5 Batasan Masalah

Agar masalah yang diteliti tidak meluas maka peneliti memberikan batasan masalah pada peneliti ini:

1. Produk yang diteliti adalah indosat ooredoo
2. Variabel yang diteliti adalah inovasi produk, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian
3. Peneliti hanya dilakukan pada perilaku konsumen indosat ooredoo bekasi dalam memutuskan pembelian

1.6 Sistematika Penulisan

Secara sistematis pembahasan penelitian dalam penulisan skripsi ini dapat diuraikan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis menguraikan tentang latar belakang dari permasalahan skripsi ini, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, batasan masalah serta sistematika pembahasan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini dibahas mengenai teori inovasi produk , kualitas pelayanan dan keputusan pembelian , penelitian terdahulu, kerangka berfikir dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini menguraikan objek dan subjek penelitian, tempat atau lokasi, jadwal atau waktu penelitian, populasi sampel, jenis data, pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV : ANALISA DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang hasil dan pembahasan, gambaran secara umum objek penelitian , analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V : KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL

Berisi tentang kesimpulan dan implikasi manajerial

