

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi seperti saat ini ditandai dengan semakin berkembangnya teknologi, termasuk semakin pesatnya perkembangan teknologi komunikasi. Telekomunikasi telah menjadi kebutuhan bagi masyarakat luas yang tidak dapat dihindari. Berkembangnya pengguna teknologi komunikasi di Indonesia mengakibatkan perkembangan teknologi informasi mampu menggeser media komunikasi dari kebutuhan sekunder atau tersier menjadi kebutuhan primer, dimana dulu telepon seluler menjadi barang mewah bagi kalangan menengah atas, sekarang hampir seluruh elemen kelas masyarakat telah memiliki telepon seluler sebagai bagian dari kehidupan dan gaya hidup.

Perkembangan kebutuhan akan telepon seluler mengakibatkan permintaan simcard yang cukup tinggi. Untuk dapat mengoperasikan ponsel diperlukan sebuah sim card yang merupakan bagian penting dari sebuah telepon seluler. Bagi masing – masing provider pengetahuan tentang segmentasi pasar sangat penting agar setiap perusahaan dapat melakukan tindakan atau evaluasi mana yang tepat dengan setiap segmen terhadap kartu GSM, dan perusahaan mengetahui siapa yang menjadi target setiap provider, juga untuk mengetahui perubahan – perubahan yang terjadi di dunia seluler jadi tidak monoton dan konsumen tidak bosan.

GSM adalah sebuah teknologi komunikasi selular yang bersifat digital. Teknologi GSM banyak diterapkan pada *mobile communication* khususnya *handphone*, atau dalam istilah bahasa inggris (*Global System for Mobile Communication*). Teknologi ini memanfaatkan gelombang mikro dan pengiriman sinyal yang dibagi berdasarkan waktu, sehingga sinyal informasi yang dikirim akan sampai pada tujuan. GSM dijadikan standar global untuk komunikasi selular sekaligus sebagai teknologi selular yang paling banyak digunakan orang di seluruh dunia. (id.m.wikipedia.org 2017).

Berikut ini adalah data Top Brand Index (TBI) kartu seluler GSM di Indonesia tahun 2016-2017 :

Tabel 1.1
Top Brand Index (TBI) Kartu Seluler GSM di Indonesia
Tahun 2016-2017

Kartu seluler GSM Prabayar		
MEREK	TBI 2016	TBI 2017
Simpati	35,5%	34,6%
IM3	15,4%	13,6%
XL Prabayar	14,8%	13,4%
3 (Three)	11,3%	11,4%
Kartu As	10,4%	8,6%
Axis	5,1%	5,6 %
Jumlah	100%	100%

Sumber : www.topbrand-award.com 2017

Tabel diatas menunjukkan bahwa kartu Axis menempati posisi ke enam dari kartu GSM. Meskipun menempati posisi keenam tetapi kartu Axis mengalami peningkatan-peningkatan dibandingkan kartu GSM lainnya. Dimana dari tahun 2016-2017 kartu Axis mengalami peningkatan sebanyak 0,5 persen. Sementara kartu 3 (Three) hanya mengalami peningkatan sebesar 0,1 persen. Sedangkan kartu GSM lainnya mengalami penurunan seperti Simpati mengalami penurunan 1,1 persen, IM3 mengalami penurunan 1,8 persen, XL Prabayar mengalami penurunan 1,4 persen dan kartu As mengalami penurunan 1,8 persen.

Agar terus mengalami suatu peningkatan, salah satu upaya yang bisa dilakukan oleh Axis adalah dengan memperhatikan Atribut produk yang sesuai dengan selera dan kebutuhan konsumennya. Atribut produk adalah unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan (Tjiptono 2008:103). Atribut produk merupakan salah satu hal penting yang perlu diperhatikan oleh perusahaan. Pengelolaan atribut produk dengan baik merupakan salah satu cara yang paling penting untuk

menarik minat konsumen dalam keputusan pembelian.

Atribut produk inilah yang akan memberikan perbedaan antara produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan dengan produk sejenis yang ditawarkan perusahaan lain. Perbedaan atribut ini yang akan menimbulkan perbedaan persepsi konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan sehingga dapat mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian. Kualitas produk dianggap unsur yang penting pada suatu produk oleh konsumen. Konsumen membeli produk setelah melihat fitur yang terdapat pada produk tersebut. Selain itu konsumen biasanya membeli produk dengan merek tertentu secara spontan tanpa berpikir panjang karena melihat citra yang menarik. Harga akan digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam pembelian produk atau tidak, kapan sebaiknya pembelian dilakukan, serta berapa besar kebutuhan akan produk yang dibeli sesuai dengan kemampuan daya beli konsumen.

Produk yang memiliki atribut produk yang menarik tentu akan menimbulkan minat konsumen dalam melakukan pembelian. Pada akhirnya atribut produk akan memberikan hasil positif berupa manfaat pada konsumen. Karena itulah atribut produk menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk memutuskan membeli produk tersebut. Pengambilan keputusan adalah suatu proses pendekatan penyelesaian masalah kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya (Swatha dan Handoko, 2013:15).

Kualitas suatu produk seringkali menjadi perhatian konsumen dalam memilih suatu produk. Menurut Simamora (2003:147) kualitas adalah kemampuan suatu produk untuk memenuhi fungsinya. Dimensinya meliputi daya tahan, keandalan (kemampuan selalu dalam keadaan baik/siap pakai), presisi, kemudahan pengoperasian dan mereparasi, dan atribut-atribut lain yang bernilai. Untuk mendukung kebutuhan segmen anak muda ini Axis menyediakan kualitas jaringan yang mumpuni. Saat ini Axis telah menyediakan jenis jaringan hingga 4G dan didukung 17 ribu BTS 4G dan sekitar 16 ribu BTS U900 (3G) di berbagai daerah. Untuk jangkauan saat ini layanan Axis 2G telah mencakup 93% populasi, 3G sekitar 91%, dan 4G sekitar 53%. Dengan pembangunan 16 ribu BTS U900 tahun

ini, maka wilayah layanan 3G Axis akan meningkat 6x lebih luas terutama diluar jawa, dengan kualitas layanan yang juga meningkat.

Fitur juga unsur penting yang patut dipertimbangkan dalam keputusan pembelian suatu produk. Menurut Cravens (1998:14) fitur juga dapat digunakan sebagai sarana untuk membedakan suatu merek dari pesaingnya. Axis menyediakan banyak fitur yang akan memudahkan dan menyesuaikan kebutuhan para penggunanya antara lain Axis Hitz bonus pakai LINE Whatsshap BBM sepuasnya setiap hari, Axis Hura-hura gratis nelpon 20 menit 20 sms per hari unlimited Whatsshap dan LINE berlaku di jam 12 malam s.d 12 siang, Axis Gaol gratis nelpon ke Axis dari jam 12 malam – 5 sore, Axis Horeee gratis 300mb setiap bulan, bonus nelpon 100 menit & 150 sms ke semua operator setiap hari, Axis Ngobrol Irit gratis 20 menit nelpon & 20 sms ke sesama setisp hsri, Axis Ngenet Irit Rp. 0 untuk 10mb pertama setiap hari, Axis Awet Irit masa aktif kartu sampai 90 hari.

Merek adalah janji penjual untuk menyampaikan kumpulan sifat, manfaat, dan jasa spesifik secara konsisten kepada pembeli (Kotler, Armstrong, 1997:283). Axis memiliki merek pelayanan yang identik dengan warna ungu serta menawarkan gaya hidup baru dalam menggunakan layanan telekomunikasai melalui penyediaan layanan simple sesuai kebutuhan tarif irit “iritology”.

Harga merupakan unsur atribut produk yang sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Menurut Tjiptono (2002) harga adalah hukum moneter yang dapat ditukarkan untuk mendapatkan hak atas suatu barang atau pemakaian layan jasa. Axis merupakan salah satu operator seluler yang mempunyai harga cukup bersahabat dengan kantong anak sekolah atau kuliah. Masih banyak orang yang setia menggunakan Axis sebagai operator seluler andalannya. Bahkan saat ini Axis sudah support jaringan 4G LTE (4G Ready).

Menurut hasil penelitian Setyanto (2017), Arifin (2017), Sunarti (2017) menunjukkan bahwa secara bersama-sama Merek, Kualitas, Fitur, dan Desain berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian yang ditunjukkan dengan signifikansi F sebesar 0,000. Penelitian ini juga menghasilkan pengaruh secara parsial dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat yang

dibuktikan dengan variabel Merek yang memiliki signifikansi sebesar 0,003, Kualitas 0,0017, Fitur 0,031, Desain 0,016.

Hasil penelitian Arifiana (2013), Kumadji (2013), Fanani (2013) dari analisis regresi linier berganda variabel Harga, Label, Merek, Kemasan terhadap struktur keputusan pembelian diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 23,144, F_{tabel} pada taraf signifikan 0,05 menunjukkan nilai sebesar 2,309. Hal tersebut berarti F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Berdasarkan hasil uji t variabel Label mempunyai pengaruh yang dominan terhadap struktur keputusan pembelian.

Sedangkan hasil penelitian Amalia (2016) $K_p = 3,010 + 0,222M + 0,162L + 0,478K$. Merek, label, dan kemasan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kacang Garuda di Kota Langsa dengan hasil uji t pada variabel Merek (X_1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Hasil koefisien determinasi (R^2) diperoleh dari kolom R Square sebesar 0,733 yang dapat dinyatakan variabel independen dan bebas terdiri dari merek, label, dan kemasan memberikan pengaruh positif terhadap variabel dependen atau bebas yaitu keputusan pembelian Kacang Garuda sebesar 73,3%.

Dari tiga hasil penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas, fitur, merek, dan harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Atribut produk inilah yang merupakan salah satu hal penting yang perlu diperhatikan oleh perusahaan karena mengelola atribut produk dengan baik merupakan salah satu cara yang paling penting untuk menarik minat konsumen dalam keputusan pembelian produk. Penelitian ini mereplikasi penulis sebelumnya dengan objek yang berbeda dalam rangka memperkaya studi empiris tentang atribut produk.

Di Kalangan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember, khususnya Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen, banyak yang menggunakan *kartu telepon* untuk memenuhi kebutuhan komunikasi, maka untuk memenuhi kebutuhan akan komunikasi yang sesuai kebutuhan, mereka sebagai konsumen sangat memperhatikan kualitas, fitur, merek, dan harga karena hal ini akan mempengaruhi pertimbangan keputusan pembelian produk tersebut.

Tabel 1.2
Data Penggunaan Kartu Telepon di Kalangan Mahasiswa
Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen 2014
Universitas Muhammadiyah Jember

Merek	Jumlah	Presentase
Telkomsel	25	50%
Indosat	10	20%
Axis	9	18%
XL	2	4%
Three	3	6%
Lain-lain	1	2%
Total	50	100%

Sumber : Mahasiswa fakultas ekonomi prodi manajemen 2014

Berdasarkan tabel diatas dari hasil pra penelitian terhadap 50 siswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen 2014 Universitas Muhammadiyah Jember dengan menggunakan teknik pengambilan data secara random sampling sederhana dari 70 kuisisioner yang dilakukan pada tanggal 4-5 Desember 2017 ditemukan bahwa pengguna *kartu telepon* Telkomsel masih yang tertinggi. Tetapi, Axis sebagai pendatang baru sudah bisa bersaing dengan Indosat di peringkat kedua.

Dari permasalahan tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Atribut Produk Yang Dipertimbangkan Dalam Keputusan Pembelian Kartu Telepon Axis (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen 2014)”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas kartu telepon Axis berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ?
2. Apakah fitur kartu telepon Axis berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ?
3. Apakah merek kartu telepon Axis berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ?
4. Apakah harga kartu telepon Axis berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh kualitas kartu telepon Axis terhadap keputusan pembelian.
2. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh fitur kartu telepon Axis terhadap keputusan pembelian.
3. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh merek kartu telepon Axis terhadap keputusan pembelian.
4. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh harga kartu telepon Axis terhadap keputusan pembelian.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang dapat diperoleh dari penelitian ini ditujukan bagi beberapa pihak sebagai berikut:

1. Bagi instansi
Untuk memeberikan informasi penting tentang analisis atribut produk yang dipertimbangkan dalam keputusan pembelian kartu telepon Axis.
2. Bagi Akademis
Untuk memeberikan referensi dan informasi baru para akademisi.
3. Bagi peneliti berikutnya
 - a. Sebagai referensi penyusunan proposal berikutnya.
 - b. Sebagai pembanding dengan penelitian yang akan dilakukan.