

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan

Tidak bisa di pungkiri bahwa Teknologi Informasi membawa dampak yang sangat signifikan dalam kehidupan. Dunia pendidikan adalah salah satu sector yang tidak bisa terlepas dari teknologi Informasi. Dengan teknologi pertukaran ilmu dan informasi semakin mudah, komunikasi semakin mudah, transaksi dengan siapa pun, kapan pun dan di mana pun semakin mudah. Perkembangan Teknologi Informasi memacu masyarakat untuk lebih tanggap, lebih sadar bahwa tidak ada yang tidak mungkin”*Technology makes everything getting closer and easier*”. (NetHost)

Kesadaran masyarakat khususnya dunia pendidikan mendorong NetHost untuk mengambil peran sebagai media komunikasi dan penyedia infrastruktur agar teknologi bisa terdistribusi dengan seimbang dan tepat guna di kalangan masyarakat khususnya pelajar dan mahasiswa. (NetHost)

JOINT (*Jatinangor On Internet*) adalah wadah yang bisa menjembatani kebutuhan masyarakat (mahasiswa dan Pelajar) akan teknologi informasi. Setelah tujuh tahun merintis usaha di bidang penyedia layanan akses internet dan local content, JOINT melakukan ekspansi ke kawasan pendidikan Telkom, maka lahirlah NetHost. NetHost sendiri memiliki tim yang berpengalaman pada bidang – bidangnya sendiri, maka dari itu NetHost dengan cepat mengalami perkembangan dan mendapat respon yang cukup baik dari masyarakat terutama pemilik/pengelola kost serta mahasiswa yang tinggal di kawasan pendidikan Telkom. (NetHost)

Di usianya yang keempat, NetHost senantiasa melakukan monitoring, evaluasi dan perbaikan berkesinambungan atas kualitas layanan dan support. Mempertahankan QoS (*Quality of Service*) layanan terhadap pelanggan adalah orientasi NetHost. Disamping juga NetHost terus melakukan inovasi berupa content yang bisa

dimanfaatkan secara gratis untuk bisa memberikan nilai tambah bagi user NetHost. (NetHost)

Pada gambar 1.1 terdapat logo dari perusahaan NetHost. Pada logo NetHost terdapat warna yang berpadu antara biru dan abu – abu , dimana warna biru melambangkan komunikasi dari sebuah komunitas pertelekomunikasian sedangkan makna dari warna abu – abu yang dimaksud adalah menentramkan. Sedangkan bentuk dari logo NetHost melambangkan selogan “*Take And Gift*” dimana bermakna saling menerima dan berbagi.



Gambar 1.1 Logo Nethost

Sumber : Nethost

1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

a. VISI

Connecting Youth And Communities

NetHost adalah perusahaan terbesar yang menghubungkan secara fisik semua elemen yang ada di sekitar kampus dengan menyediakan total solusi sebagai media untuk berkomunikasi dan berkreasi. (NetHost)

b. MISI

1) *Providing Excellent Infrastructure*

Menyediakan infrastruktur yang unggul

NetHost mewujudkan kolaborasi yang unik antara *high-tecnology infrastructure* dan *managed service* sehingga mampu memenuhi kebutuhan pelanggan dengan gayanya sebagai anak muda. *Up date* dan *up Grade* informasi akan teknologi terbaru menjadi salah satu orientasi perusahaan. (NetHost)

2) *Developing community media portal with smart content*

Mengembangkan portal media komunitas dengan muatan yang cerdas

NetHost membangun dan mengembangkan komunitas dengan menawarkan muatan portal yang cerdas dan solusi total. Hal tersebut untuk menjaga hubungan yang harmonis antarsesama anggotadan antara anggota dengan perusahaan. (NetHost)

3) *Continuos Improvement to achieve Customer satisfaction*

Perbaiki berkesinambungan untuk meraih kepuasan pelanggan

NetHost melakukan perbaikan berkesinambungan guna meningkatkan kepuasan pelanggan. Evaluasi dan inovasi terus NetHost lakukan demi meningkatkan mutu layanan NetHost. (NetHost)

4) *Growing Together*

Tumbuh bersama sama

NetHost berorientasi untuk meningkatkan kesejahteraan keluarga karyawan melalui pengelolaan usaha yang focus dan terarah yang memberikan keuntungan terbaik bagi pemilik, investor dan mitrabisnis NetHost. (NetHost)

1.1.3 BUDAYA KERJA PERUSAHAAN

Dengan budaya BERBAGI KOPI akan melahirkan kreatifitas untuk memacu pertumbuhan dan perkembangan perusahaan. Sebuah perusahaan akan maju jika

didukung oleh “ *great People*” dan “ *great system*” . Untuk menjaga semangat kerja, NetHost mengimplementasikan sebuah budaya kerja perusahaan yang luar biasa. (NetHost)

BER : kebersamaan Tim

BA : Bahagia dalam menjalankan tugas

GI : Giat Belajar dan Bekerja

KO : Komitmen, integritas dan optimis

PI : Produktif dan cerdas berinovasi

1.1.4 PRODUK DAN FASILITAS NETHOST

Nethost menawarkan total solusi bagi pengguna/ anggota. Total solusi ini yang mampu memberikan nilai tambah dan bersifat mengikat setiap anggotanya. Dengan demikian anggota enggan untuk pindah atau meninggalkan Nethost dan berawal dari hal tersebut komunitas akan terbangun. (NetHost)

Produk dan fasilitas yang NetHost tawarkan:

1. Content

Tidak bisa dipungkiri lagi bahwa dunia maya banyak berperan dalam membantu dan memberikan kemudahan hidup. Bahkan saat ini sudah menjadi life style yang sulit dipisahkan dari entitas keseharian. Content yang NetHost bangun dan kembangkan meliputi: (NetHost)

a) File Sharing

Setiap anggota dapat mendownload dan upload file-file berupa film, musik, program-program untuk kuliah, update antivirus dan program lain yang dibutuhkan. (NetHost)

b) News

Update informasi terkait berita-berita terbaru baik dalam kampus, lingkungan sekitar kampus dan wilayah Bandung. (NetHost)

c) Tips dan Trik

Artikel-artikel seputar tips buat kuliah, computer, dan kesehatan semua disediakan disini. (NetHost)

- d) Forum
- e) Koran *Online*
- f) Beberapa kebutuhan mahasiswa disediakan lewat layanan ini. Barang yang dijual dapat langsung dari NETHOST atau perusahaan/tempat usaha yang kerjasama dengan pihak NETHOST. Untuk tempat usaha diluar NETHOST yang ingin menjual produk atau layanannya lewat layanan ini dapat langsung menghubungi pihak NETHOST. (NetHost)
- g) *Digital learning & video conference*
- h) *Digital Library*
- i) Banners
- j) NETHOST *Video Chat*
- k) *Music Online*
- l) NETHOST *Game*

2. Internet

- a) Akses internet langsung dari kamar kost masing-masing sehingga lebih aman dan nyaman dengan koneksi menggunakan kabel LAN per user / wifi. (NetHost)
- b) *Full Support* (14 jam kerja/ hari)
- c) *Free Maintenance*
NetHost bertanggung jawab sepenuhnya jika terjadi kerusakan. (NetHost)
- d) Kerjasama langsung dengan pemilik dan pengelola kost sehingga menambah daya saing. (NetHost)
- e) Memiliki fasilitas dan program yang menarik serta beragam selain akses internet. (NetHost)

- f) Kemudahan instalasi bagi pemilik kost karena jaringan interkoneksi NETHOST tanpa membutuhkan modem, tanpa membutuhkan line telepon, tanpa biaya abonemen. (NetHost)
- g) Memenuhi kebutuhan user karena *service* yang diberikan tanpa, batasan Qouta, gratis Instal Aplikasi Internet, *high-speed access* (12 mbps/kamar). (NetHost)

3. *E commerce*

Kemudahan yang NetHost tawarkan untuk memenuhi kebutuhan sehari hari. Mitra yang bergabung di antaranya bergerak di bidang jasa dan produk yang dibutuhkan mahasiswa sehari hari, misalnya: rumah kost, *ticket & travelling*, rental mobil, pulsa operator GSM, ATK, *Print online*, *laundry*, *fashion* dan makanan. (NetHost)

4. *Community development (on Progress)*

NETHOSTMEDIA adalah layanan akses online untuk setiap anggota yang berupa akses web secara LAN (tanpa terhubung dengan internet). Setiap anggota langsung dapat membuka akses web NETHOSTMEDIA saat mereka membuka program Mozilla atau Internet explorer walaupun tanpa terhubung dengan internet dan layanan internet dalam gangguan, sehingga walau anggota NETHOST *Community* tidak berlangganan internet, mereka masih dapat mengaksesnya. (NetHost)

1.2 Latar Belakang

Perkembangan dunia teknologi informasi yang demikian pesatnya telah membawa manfaat luar biasa bagi kemajuan peradaban umat manusia. Kegiatan komunikasi yang sebelumnya menuntut peralatan yang begitu rumit, kini relatif sudah digantikan oleh perangkat mesin-mesin otomatis. Sistem kerja alat teknologi telah mengalih fungsikan tenaga yang sebelumnya dikerjakan oleh tangan – tangan manusia berubah menjadi dikerjakan oleh mesin dengan pembesaran dan percepatan

yang menakjubkan. Begitupun dengan apa yang telah ditemukannya dalam formulasi-formulasi baru aneka kapasitas komputer. (Yennida, 2013)

Seiring perkembangan alat teknologi seperti komputer, terbentuklah internet. Internet sendiri adalah sebuah jaringan komputer yang saling terhubung satu dengan yang lain dalam skala global dimana dapat melakukan pertukaran data dari jarak jauh dan sebagainya (Yuhefizar, 2008).

Setelah terbentuknya internet membuat banyak orang yang akan menggunakan layanan internet. Yang terbukti pada table 1.2, dimana saat ini peringkat pertama dalam penggunaan jasa internet dipegang oleh China dengan jumlah pengguna 643 orang pada tahun 2014, sementara itu Indonesia sendiri berada di peringkat keenam dari pengguna layanan internet terbanyak di dunia. Adapun proyeksi yang diramalkan oleh *emarketer.com* bahwa penggunaan internet akan meningkat pada tahun 2015 yaitu sekitar 93 juta orang pengguna. (Techno.kompas.com, 2014)

Top 25 Countries, Ranked by Internet Users, 2013-2018 <i>millions</i>						
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1. China*	620.7	643.6	669.8	700.1	736.2	777.0
2. US**	246.0	252.9	259.3	264.9	269.7	274.1
3. India	167.2	215.6	252.3	283.8	313.8	346.3
4. Brazil	99.2	107.7	113.7	119.8	123.3	125.9
5. Japan	100.0	102.1	103.6	104.5	105.0	105.4
6. Indonesia	72.8	83.7	93.4	102.8	112.6	123.0
7. Russia	77.5	82.9	87.3	91.4	94.3	96.6
8. Germany	59.5	61.6	62.2	62.5	62.7	62.7
9. Mexico	53.1	59.4	65.1	70.7	75.7	80.4
10. Nigeria	51.8	57.7	63.2	69.1	76.2	84.3
11. UK**	48.8	50.1	51.3	52.4	53.4	54.3
12. France	48.8	49.7	50.5	51.2	51.9	52.5
13. Philippines	42.3	48.0	53.7	59.1	64.5	69.3
14. Turkey	36.6	41.0	44.7	47.7	50.7	53.5
15. Vietnam	36.6	40.5	44.4	48.2	52.1	55.8
16. South Korea	40.1	40.4	40.6	40.7	40.9	41.0
17. Egypt	34.1	36.0	38.3	40.9	43.9	47.4
18. Italy	34.5	35.8	36.2	37.2	37.5	37.7
19. Spain	30.5	31.6	32.3	33.0	33.5	33.9
20. Canada	27.7	28.3	28.8	29.4	29.9	30.4
21. Argentina	25.0	27.1	29.0	29.8	30.5	31.1
22. Colombia	24.2	26.5	28.6	29.4	30.5	31.3
23. Thailand	22.7	24.3	26.0	27.6	29.1	30.6
24. Poland	22.6	22.9	23.3	23.7	24.0	24.3
25. South Africa	20.1	22.7	25.0	27.2	29.2	30.9
Worldwide***	2,692.9	2,892.7	3,072.6	3,246.3	3,419.9	3,600.2

Note: Individuals of any age who use the internet from any location via any device at least once per month; *excludes Hong Kong; **forecast from Aug 2014; ***includes countries not listed
Source: eMarketer, Nov 2014

181948 www.eMarketer.com

Gambar 1.2 Data pengguna Layanan internet di dunia

Sumber : eMarketer.com, 2014

Dengan banyaknya pengguna internet maka terbentuknya peluang bisnis penyedia jasa internet (PJI) (*Internet service provider (ISP)*), ISP sendiri adalah perusahaan yang menyediakan jasa sambungan Internet dan jasa lainnya yang saling berhubungan. (Shelly, 2006)

Dimana di Indonesia rata-rata perusahaan yang menyediakan layanan internet adalah perusahaan *selluler* perusahaan penyedia layanan telepon. Perusahaan penyedia layanan telepon sendiri tidak selalu menyediakan layanan telepon saja tetapi juga menyediakan jasa seperti hubungan ke Internet, pendaftaran nama domain, dan *hosting*. (Kabarbisnis.com, 2011)

Setelah melihat banyaknya peluang bisnis di dunia internet maka terbentuklah NetHost yang berpusat pada daerah bandung, dayeuh kolot. Saat ini NetHost memiliki total pelanggan sebesar 3428 pelanggan, NetHost sendiri menjanjikan internet berkuota dengan kecepatan tinggi menggunakan teknologi *fiber optic* yang membuat kecepatan NetHost menjadi *dedicated* (stabil). (Nethost, 2015)

Sebagai penyelenggara internet, NetHost memiliki catatan 3428 pelanggan yang berlangganan layanan internet pada daerah dayeuh kolot. Akan tetapi dari catatan selama tahun 2015 ini pelanggan yang menggunakan layanan nethost hanya sekitar 1188 pelanggan. Dalam catatan tahun 2014 NetHost memiliki total pengguna sebesar 3678 dengan jumlah pelanggan aktif sebesar 1467. Dapat dilihat pada data ini bahwa pengguna aktif NetHost turun dari 1467 hingga 1188, dimana banyak hal yang telah menciptakan keadaan tersebut seperti mahasiswa yang lulus atau yang berpindah dari NetHost (Nethost, 2015).

Tingkat *turn over* (perpindahan) pada NetHost menjadi salah satu indikator yang cukup besar dalam mempengaruhi proses bisnis mereka, yaitu sebesar 23%. Bila di dibandingkan dengan perusahaan yang sejenis seperti *First Media* yang sudah lebih dahulu keluar, dimana tingkat perpindahan (*churn rate*) first media tahun 2014 berada pada angka 2,1%. (Infovesta.com,2014)

Perusahaan NetHost sendiri bertempat di dayeuh kolot dengan cakupan pelanggan disekitar daerah dayeuh kolot seperti : Sukabirus, Sukapura, Permata Buah Batu, dan Pesona Bali. Pada tahun keempat NetHost berdiri NetHost baru saja membangun tim marketing mereka dimana pada tahun – tahun sebelumnya NetHost hanya mengandalkan *marketing Word of Mouth*, yang dimaksud *marketing Word Of Mouth* adalah mendapatkan informasi tentang NetHost dari mulut ke mulut atau promosi dari orang – orang yang sudah memakai layanannya kepada orang – orang baru. (NetHost,2015)

Setelah melihat data yang telah didapat. Semuanya berkaitan dengan konsep pemasaran dasar dimana proses marketing itu sendiri disebabkan karena barunya terbentuk tim marketing pada NetHost. (NetHost,2015)

Marketing sendiri berpengaruh besar terhadap perusahaan baik barang maupun jasa dimana bisa dikatakan sebagai bauran pemasaran. Bauran pemasaran sendiri dikatakan sebagai model komunikasi pemasaran untuk meyakinkan objek ataupun target pemasaran itu sendiri. Bauran pemasaran juga memiliki beberapa jenis, yaitu pada bauran pemasaran barang di sebut sebagai 4P, sedangkan bauran pemasaran jasa disebut sebagai 7P. (Kotler, 1997)

Ketika marketing dalam sebuah perusahaan berjalan dengan baik akan menimbulkan loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan adalah suatu kejadian yang menyebabkan pelanggan mau menggunakan produk dari suatu perusahaan secara terus menerus yang akan menimbulkan tingkat atau intensitas pembelian kembali pada konsumen. (Griffin,2003)

Data di atas sebagai dasar dari penelitian ini maka terbentuklah judul penelitian **“Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa terhadap Keputusan Minat Beli Kembali (Studi Pada NetHost Bandung, Dayeuh Kolot)”**.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan analisis data serta informasi yang terurai pada latar belakang, maka pertanyaan penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut, yaitu :

- 1) Faktor apa saja yang paling mempengaruhi keinginan untuk minat beli kembali layanan jasa internet pada NetHost ?
- 2) Apa saja variabel yang paling mempengaruhi dari bauran pemasaran jasa terhadap minat beli kembali pada NetHost?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

- 1) Mengetahui serta menguji hubungan faktor-faktor yang mempengaruhi keinginan atau minat beli kembali jasa layanan nethost.
- 2) Mengetahui variabel yang paling mempengaruhi dari bauran pemasaran jasa terhadap minat beli kembali yang ada pada NetHost.

1.5 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini terdiri dari dua aspek, yaitu aspek teoritis (keilmuan) dan aspek praktis (guna laksana). Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah :

- 1) Kegunaan Keilmuan : Penelitian ini memberikan kontribusi *aplikatif* dari salah satu penggunaan teori Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) terhadap keputusan minat beli kembali.
- 2) Kegunaan Praktis : Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi untuk NetHost dalam mengatur perencanaan marketing kedepannya.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Penulisan proposal tugas akhir ini terdiri dari 3 bab, yang dimulai dari pendahuluan, tinjauan pustaka dan lingkup penelitian, serta metode penelitian. Sedangkan penulisan tugas akhir terdiri dari 5 bab yaitu pendahuluan, tinjauan pustaka dan lingkup penelitian, metode penelitian, analisis dan pembahasan, kesimpulan dan saran. Pada masing-masing bab akan dijelaskan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang dipilihnya kajian tentang minat beli ulang pada pengguna NetHost, perumusan masalah yang ada, tujuan penelitian, kegunaan penelitian serta sistematika penulisan yang digunakan pada tugas akhir ini.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Pada bab ini penulis akan menguraikan rangkuman teori-teori yang berkaitan dengan tema penelitian, membahas mengenai beberapa penelitian terdahulu yang berhubungan dengan topik penelitian, mengembangkan kerangka pemikiran yang bersumber dari gabungan beberapa teori dan penelitian sebelumnya, mengajukan hipotesis penelitian yang relevan serta menjelaskan secara rinci batasan dan cakupan penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai jenis penelitian, variabel operasional yang digunakan, menguraikan tahapan-tahapan penelitian, menentukan populasi, sampel, dan bagaimana cara memperolehnya, menguraikan data yang telah terkumpul dari pengambilan data (kuesioner), pengujian data untuk mengetahui reliabilitas dan

validitas data, serta menjelaskan prosedur yang digunakan dalam mengolah data dan teknik pengujian hipotesis yang digunakan.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan membahas mengenai karakteristik responden yang digunakan dalam pengumpulan data, menguraikan hasil penelitian yang didapat dan hasil pengujian hipotesis, serta pembahasan analisis hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan berisi kesimpulan yang didapatkan dari hasil penelitian serta saran-saran yang dapat digunakan untuk memperbaiki segala kekurangan penelitian dan kemungkinan pengembangan penelitian selanjutnya di masa mendatang.