

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

#### 1.1.1 Sejarah Indosat Ooredoo

Indosat Ooredoo memiliki sejarah panjang perpindahan kepemilikan dan perubahan tujuan perusahaan semenjak didirikan pada tanggal 20 November 1967. Didirikan sebagai perusahaan modal asing oleh pemerintah Indonesia dengan nama PT Indonesian Satellite Corporation Tbk. (Persero), perusahaan ini mulai beroperasi pada September 1969 sebagai perusahaan komersil penyedia jasa sambungan langsung internasional atau *International Direct Dailing* (IDD). Perusahaan ini membangun, memindahkan, dan melakukan kaidah operasional sebuah organisasi telekomunikasi internasional (*International Telecommunications Satellite Organization*) disingkat INTELSAT, untuk mengakses INTELSAT lain (satelit) yang berada di Samudra Hindia dengan durasi kesepakatan 20 tahun hingga 1987. Sebagai konsorsium global organisasi satelit komunikasi, intelstat memiliki dan mengoperasikan beberapa satelit-satelit komunikasi.

Pada tahun 1980 Indosat menjadi Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dan dimiliki oleh Pemerintah Indonesia. Pada akhir tahun 2008 saham pemerintah Indonesia tinggal 14,3 persen saja, dan sebanyak 65 persen dikuasai oleh QTel. Karena sebagian besar kepemilikan Indosat dikuasai oleh pemodal asing QTel (*Qatar Telecom*), maka berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 111 Tahun 2007 penyelenggaraan jaringan telekomunikasi untuk jaringan bergerak baik seluler maupun satelit, kepemilikan modal asing dibatasi 65 persen. Sementara untuk jaringan tetap berbasis kabel maupun berbasis radio, dengan teknologi *circuit switched* atau *packet switched*, modal asing dibatasi maksimal 49 persen. Pada tahun 2008 Dirjen Postel Depkominfo Basuki Yusuf Iskandar menegaskan bahwa Indosat diwajibkan melepas lisensi telepon tetap miliknya (*fixedline* dan *wirelessline*) jika *Qatar Telecom* (Qtel) berkeras menambah sahamnya melebihi 49%. Hingga bulan Maret 2011 Indosat belum melepas StarOne, sementara Telkom menyatakan tertarik untuk mengakuisisi StarOne yang memiliki ijin untuk telepon

tetap, sambungan langsung jarak jauh (SLJJ), dan sambungan langsung internasional (SLI) ini.

Dikarenakan deregulasi peraturan telekomunikasi yang diberlakukan pemerintah dengan tujuan agar Telkom tidak lagi memonopoli bidang telekomunikasi di Indonesia, pada tahun 1999 dan 2000 Indosat kemudian mengubah tujuannya dari sebuah perusahaan penyedia jasa layanan sambungan langsung internasional menjadi penyedia jaringan telekomunikasi dan jasa komunikasi. Pada tahun 2001 Indosat menandatangani perjanjian dengan Telkom untuk menghapuskan penguasaan saham silang pada berbagai perusahaan dan anak perusahaannya diantaranya Satelindo, Telkomsel dan Lintasarta.

Pada tahun 2001 perusahaan ini mendirikan PT Indosat Multimedia Mobile (IM3) sebagai sebuah operator telepon genggam dengan jaringan GPRS dan layanan multimedia di Indonesia. Upaya ini dilanjutkan pada tahun 2006 dengan memperoleh ijin untuk jaringan 3G dan memperkenalkan jaringan 3.5G untuk Jakarta dan Surabaya.

Pada tahun 2003 Satelindo dan IM3 dibubarkan setelah diakuisisi penuh oleh Indosat. Pada tahun yang sama berdasarkan keputusan Menhub No. KP 130 Tahun 2003, Indosat mendapatkan izin penyelenggaraan jaringan telekomunikasi tetap secara nasional, dengan cakupan terbatas di Surabaya dan Jakarta. Lisensi ini melekat pada anak perusahaan Indosat StarOne, di mana StarOne memegang lisensi untuk sambungan langsung jarak jauh (SLJJ), sambungan langsung internasional (SLI), dan jaringan telepon tetap. Telkompun dalam pemberitaannya menyatakan tertarik untuk mengakuisisi StarOne.

Seperti yang diberitakan oleh *Indonesia-Investments.com* Pada tahun 2002 Singapore *Technologies* (ST) Telemedia (perusahaan di mana pemerintah Singapura menanamkan investasinya) membeli saham Indosat dengan nilai pembelian sebesar 630 juta dolar A.S. untuk 40 persen saham perusahaan ini. Perusahaan ST Telemedia sendiri memiliki 75 persen kepemilikan dari *Asia Mobile Holdings* dan sisanya dimiliki oleh pemerintah Qatar melalui *Indonesia Telecom*, perusahaan yang sama (*Asia Mobile Holdings*) juga dimiliki oleh Temasek.

Anak perusahaan Temasek diantaranya adalah PT Telekomunikasi Selular (Telkomsel), sebanyak 35 persen saham Telkomsel dimiliki Temasek. Kepemilikan satu perusahaan (*Asia Mobile Holdings*) yang menguasai dua perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia yang seharusnya bersaing kemudian dipermasalahkan oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) pada tahun 2007.

ST Telemedia (milik *Asia Mobile Holdings*) menguasai 40 persen saham Indosat dan Temasek (milik *Asia Mobile Holdings*) menguasai 35 persen saham di Telkomsel. KPPU menyatakan kepemilikan saham silang ini telah melanggar pasal 27 peraturan anti monopoli dan membawanya pengadilan negeri, dengan tambahan tuntutan sebesar 2,7 juta dolar A.S. karena hal ini mengakibatkan tingginya tarif jasa komunikasi telpon genggam di Indonesia dengan Telkomsel sebagai penentu harga. Baik Temasek maupun ST Telemedia menolak tuduhan tersebut dan pengacara kedua perusahaan ini berencana mengajukan banding atas keputusan Pengadilan Negeri.

Kantor berita Reuters menyatakan bahwa Indonesia pada tahun 2007 memang menjadi salah satu negara dengan tarif komunikasi telepon genggam termahal di dunia. Pada November 2007 KPPU memutuskan Temasek melakukan monopoli jaringan telekomunikasi, dan diminta melepaskan seluruh saham di Indosat dan Telkomsel. Namun, jika Temasek hanya mengurangi saham 50 persen di masing-masing perusahaan, itu sudah dibenarkan. Keputusan diperkuat Mahkamah Agung di mana Temasek dan anak perusahaannya harus membayar denda masing-masing 15 miliar rupiah.

Pada Juni 2008 *Asia Mobile Holdings*, melalui ST Telemedia menjual 40.8 persen saham miliknya kepada Qatar Telecom (QTel), perusahaan mitranya, yang setuju untuk membeli seluruh saham tersebut dengan harga 1,8 miliar dolar A.S. Harga yang dibayarkan lebih rendah daripada nilai pasar yang berada pada 2,2 miliar dolar A.S.

Kemudian pada Februari 2009 QTel menaikkan jumlah kepemilikan sahamnya di Indosat menjadi 65 persen setelah pemerintah Indonesia

mengklarifikasi peraturan investasi asing yang memperbolehkan hal ini dilakukan dengan syarat Indosat mengalihkan usaha telepon tetapnya kepada perusahaan yang berbeda. Berdasarkan peraturan perusahaan yang memegang ijin sebagai penyedia telepon tetap hanya boleh diperkenankan memperdagangkan 49 persen sahamnya pada pihak asing, namun perusahaan penyedia komunikasi via telepon bergerak (seluler) diperkenankan untuk dimiliki pihak asing hingga 65 persen. Harga saham yang dibayarkan sejumlah 7,388 rupiah per lembar saham (2009) dan pemerintah Indonesia memegang 14,3 persen saham.

Situs Global Times pada tahun 2009 memberitakan bahwa Indosat membayarkan 900 miliar rupiah (saat itu setara dengan 90 juta dolar AS) deviden tunai atau 50 persen dari keuntungannya pada tahun 2008. Ini berarti pemegang sahamnya mendapatkan minimum 172.85 rupiah per lembar saham pada tahun 2009, dibandingkan Telkom di mana investornya menerima 296.94 rupiah.

Pada Maret 2013 keuntungan Indosat untuk tahun 2012 dilaporkan merosot 50 persen dibandingkan tahun sebelumnya 2011 dikarenakan biaya operasional, walaupun keuntungan dari pendapatan dari penambahan layanan komunikasi telepon genggam terus naik. Pada tahun yang sama inilah muncul jaringan berbasis 3G dan Indosat pun mulai mengkomersialisasikan jaringan tersebut di frekuensi 900 MHz dan memulai era baru dibidang paketan data.

Pada tahun 2015 industri jaringan semakin berkembang dengan munculnya jaringan berbasis 4G yang era yang baru juga buat industri telekomunikasi dan informasi. Para penyedia layanan mulai berlomba-lomba memperkenalkannya kepada pangsa pasar masing-masing. Indosat sendiri mengkomersialisasikan jaringan 4G ini pada frekuensi 900MHz dengan kecepatan hingga 42 Mbps di beberapa kota di Indonesia dan mendapatkan penghargaan dalam bidang penyedia jaringan tercepat di Indonesia dimana penghargaan ini didapatkan dari situs Oakla Speedtest yang rutin dilaksanakan setiap tahun.

Seperti yang diberitakan oleh JawaPos pada Februari 2013, perusahaan telekomunikasi Qatar yang sebelumnya bernama Qtel dan menguasai saham 65 persen saham Indosat berubah nama menjadi Ooredoo dan berencana mengganti

seluruh perusahaan miliknya atau dibawah kendalinya yang berada di Timur Tengah, Afrika dan Asia Tenggara dengan nama Ooredoo pada tahun 2013 dan 2014. Akan tetapi pada saat itu Indosat belum memutuskan merubah nama itu atau tidak dikarenakan nama Indosat telah memiliki “hubungan” dengan pelanggannya. Dan pada akhirnya pada tanggal 19 November 2015, Indosat merubah identitas dan logonya menjadi Indosat Ooredoo.

### **1.1.2 Logo Perusahaan**

Berikut penulis tampilkan logo Indosat Ooredoo yang telah dikenal oleh konsumen di indonesia, logonya sebagai berikut:



**GAMBAR 1.1**

### **Logo Indosat Ooredoo**

*Sumber : Data PT Dian Kencana Puri Prima, 2016*

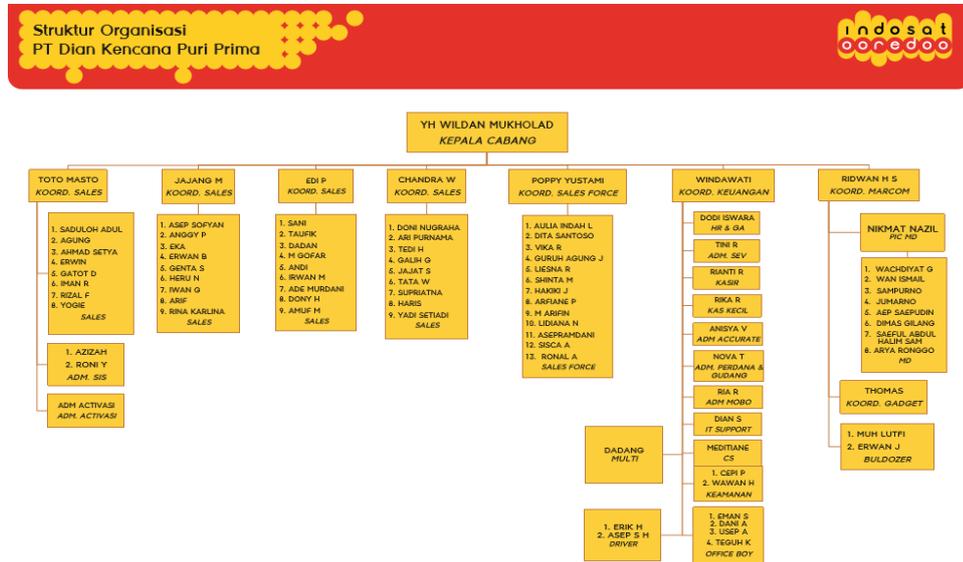
### **1.1.3 Visi Dan Misi**

Visi dari Indosat Ooredoo sendiri adalah menjadi perusahaan telekomunikasi digital terdepan di Indonesia.

Misi dari Indosat Ooredoo adalah layanan dan produk yang membebaskan, jaringan data yang unggul, memperlakukan pelanggan sebagai sahabat dan transformasi digital.

### 1.1.4 Struktur Organisasi

Struktur organisasi untuk anak perusahaan Indosat Ooredoo yaitu PT Dian Kencana Puri Prima cabang Bandung yaitu sebagai berikut:



**GAMBAR 1.2**

### Struktur Organisasi PT Dian Kencana Puri Prima

Sumber : Dokumen PT Dian Kencana Puri Prima, 2016

Berikut ini penjelasan dari gambar struktur organisasi diatas, yaitu:

1. Kepala Cabang. Diisi oleh 1 orang saja. Penunjukan kepala cabang dilakukan oleh kantor pusat ini sendiri yang berada di Jakarta. Tugas dari kepala cabang diantaranya adalah menjamin semua dibawah garis komandonya bekerja sesuai dengan tanggung jawab masing-masing dan juga memastikan visi misi perusahaan tercapai.
2. Koordinator Sales. Koordinator sales dibagi menjadi 4 disesuaikan dengan pembagian wilayah penjualan. Unit sales ini bertujuan untuk menjamin penjualan setiap wilayah masing-masing sesuai dengan target yang telah ditentukan diawal.
3. Koordinator Sales Force. Bagian ini bertujuan memastikan Sales Force yang dimiliki oleh perusahaan berjalan sesuai dengan tugasnya masing-

masing dipenempatan yang telah ditentukan dan memastikan sejalan dengan target yang telah ditetapkan juga.

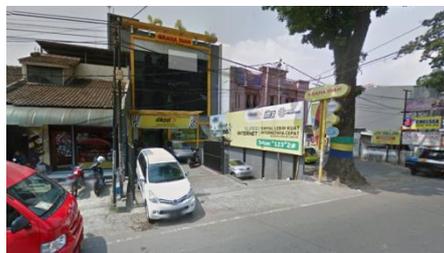
4. Koordinator keuangan. Bagian keuangan ini bertugas untuk merekap alur kas masuk dan keluar yang gunanya untuk keperluan perusahaan itu sendiri.
5. Koordinator *Marketing* dan *Communication*. Bagian ini bertugas memastikan promosi yang dijalankan sesuai dengan tujuan perusahaan ini sendiri.

Diatas adalah sebagian dari tugas masing-masing karyawan yang ada di perusahaan ini. Disini yang menjadi tolak ukur menjadi karyawan adalah komitmen mereka untuk bekerja sesuai visi dan misi Indosat Ooredoo.

### **1.1.5 Alamat Perusahaan**

Untuk lokasi unit kerja penulis, dimana penulis melakukan praktika kerja lapangan di PT Dian Kencana Puri Prima dengan deskripsi sebagai berikut:

Alamat : Jl.Cihampelas No.250 Bandung, Kota Bandung, Jawa Barat, 40154, Indonesia



**GAMBAR 1.3**

**Kantor PT Dian Kencana Puri Prima**

*Sumber:* Dokumen Pribadi Penulis, 2016

## **1.2 Latar Belakang Penelitian**

Diera digitalisasi sekarang ini haruslah didukung dengan penyedia layanan telekomunikasi yang seimbang dengan kemajuan perkembangan yang sangat pesat. Dimana perusahaan harus melakukan pembaharuan dengan cepat agar bisa memuaskan konsumen mereka masing-masing. Seperti yang kita ketahui

dahulunya prasarana telekomunikasi hanyalah sebatas telepon dan *Short Message Service* (SMS) saja. Akan tetapi dengan adanya perkembangan dan kemajuan zaman, sampailah pada era layanan data yang perkembangannya juga semakin maju. Dimulai dari basis layanan 2G sampai sekarang kita mengenal yang namanya 4G. Apalagi basis layanan data dengan format 5G sedang dikembangkan dan dalam waktu dekat akan diperkenalkan untuk penggunaan global.

Di Indonesia sendiri untuk penyedia layanan telekomunikasi dan informasi yang dulunya dimonopoli oleh PT Telkom Indonesia Tbk. sejak dikeluarkan peraturan oleh pemerintah tentang larangan monopoli tersebut berdirilah penyedia layanan telekomunikasi dan informasi lainnya. Dimana mereka memiliki keunggulan masing-masing dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen mereka sendiri. Dimana salah satunya dinamakan dengan Indosat Ooredoo yang merupakan dulunya anak perusahaan Telkom itu sendiri. Sejak Indosat Ooredoo menandatangani perjanjian penghapusan penguasaan saham silang dengan Telkom, perusahaan ini berkembang dengan sangat pesat dan menjadi pesaing kuat dengan berbagai penyedia layanan telekomunikasi dan informasi di Indonesia.

Indosat Ooredoo sendiri memiliki strategi sendiri dalam mencari dan mendapatkan konsumen mereka dan didukung oleh perusahaan yang mereka tunjuk sendiri yang selalu mendukung dengan penuh agar tujuan dan target yang telah ditetapkan tercapai. Diantara perusahaan yang ditunjuk sebagai Distributor/Mitra Pengelola Cluster (MPC) dari Indosat Ooredoo ini sendiri dalam masalah pemasaran dan pendistribusian dibantu oleh PT Dian Kencana Puri Prima yang memiliki wilayah kerja tugas yaitu di wilayah Bandung, Jakarta Utara, Jakarta Timur dan Bekasi.

Di Indonesia sendiri pelanggan operator seluler mengalami peningkatan setiap tahunnya, berikut ini merupakan perkembangan jumlah pelanggan operator seluler, yaitu :

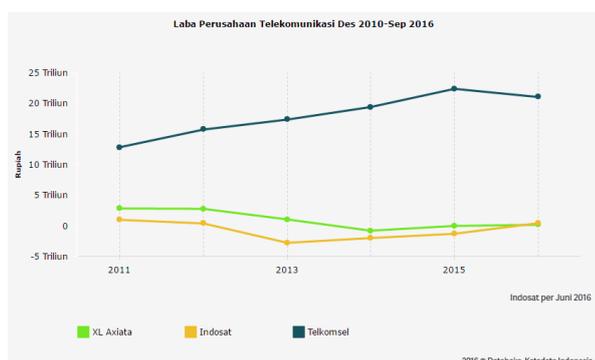
**TABEL 1.1**  
**Perkembangan Jumlah Pelanggan Operator Seluler Tahun 2015-2016 dalam Jutaan**

| Operator Seluler | 2015  | 2016  |
|------------------|-------|-------|
| Telkomsel        | 132,7 | 157,4 |
| Indosat          | 59,7  | 80,5  |
| XL               | 62,9  | 46    |

*Sumber : www.databoks.katadata.co.id, 2016*

Berdasarkan tabel diatas, terlihat bahwa perkembangan jumlah pelanggan operator seluler mengalami peningkatan untuk operator seluler Indosat ini sendiri. Ditahun 2015 jumlah pengguna Indosat diangka 59,7 juta pelanggan dan pada tahun 2016 meningkat menjadi 80,5 juta pelanggan. Dari sini apa yang telah dilakukan indosat membuat perubahan yang bisa menambah jumlah pelanggan mereka.

Berikut merupakan perkembangan laba perusahaan telekomunikasi dari bulan Desember 2010z – September 2016, yaitu :



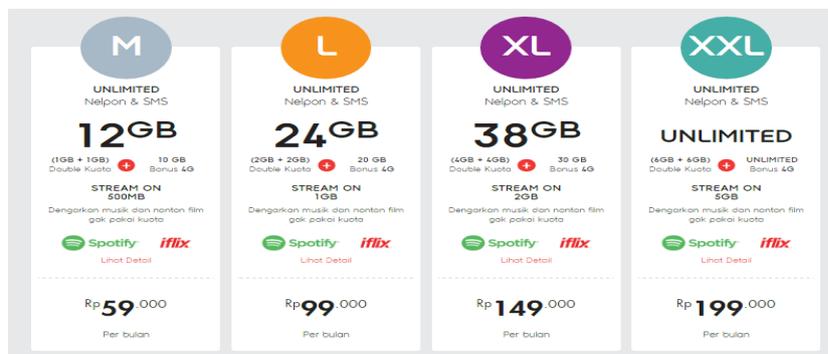
**GAMBAR 1.4**

**Grafik Laba Perusahaan Telekomunikasi Desember 2010 – September 2016**

*Sumber : www.databoks.katadata.co.id, 2016*

Berdasarkan gambar 1.4, terlihat bahwa di Indonesia mengalami tren positif apabila kita lihat dari jumlah laba yang berhasil diraup oleh perusahaan operator telekomunikasi sampai bulan September 2016. Hal ini terjadi karena dilihat dari jumlah yang didapat dengan peta persaingan di dunia telekomunikasi sendiri bisa dilihat dari perkembangan masing-masing strategi yang mereka berbeda dan pastinya berbeda per setiap perusahaan tersebut. Dengan apa yang peneliti lihat sendiri banyak perusahaan yang masih melakukan penetrasi untuk meraup pelanggan baru dan juga mempertahankan pelanggan yang ada yang membuat pendapatan yang diraup harus terkikis dengan pengeluaran perusahaan itu sendiri. Akan tetapi dilihat dari sisi yang lain dan dengan proyeksi yang terlihat malah akan mengalami peningkatan dalam laba yang berhasil perusahaan itu raup nantinya.

Dari ketiga perusahaan tersebut, ada salah satu perusahaan yang mengalami kenaikan yang dapat diperhitungkan dari perusahaan operator seluler lainnya apabila kita lihat dari segi jumlah pengguna dan juga dilihat dari laba yang berhasil perusahaan ini dapatkan yaitu perusahaan operator seluler Indosat Ooredoo. Tren positif yang didapat sejak perubahan nama dari Indosat ke Indosat Ooredoo dan perubahan strategi dalam pemasaran mereka sendiri.



**GAMBAR 1.5**

**Jenis Produk Indosat Ooredoo Paket Freedom Combo**

*Sumber : www.indosatooredoo.com, 2016*

Konsep utama dari penjualan Indosat Ooredoo dilihat dari jenis produk perusahaan ini sesuai dengan gambar ini adalah perubahan fokus penjualan mereka dari menjual pulsa seluler kepada penjualan layanan data dengan pemanfaatan

penetrasi dari segi harga dan bonus yang mereka dapatkan. Jenis produk Indosat Ooredoo secara keseluruhan yaitu:

a. Freedom Max

Merupakan jenis produk dari Indosat Ooredoo ini sendiri dengan keuntungan penggunaan tanpa batas pagi penggunaan layanan telepon dan SMS, nonton ribuan film dan serial TV tanpa biaya langganan di Iflix, akses Facebook tanpa kuota dan 25 mb untuk penggunaan 30 hari.

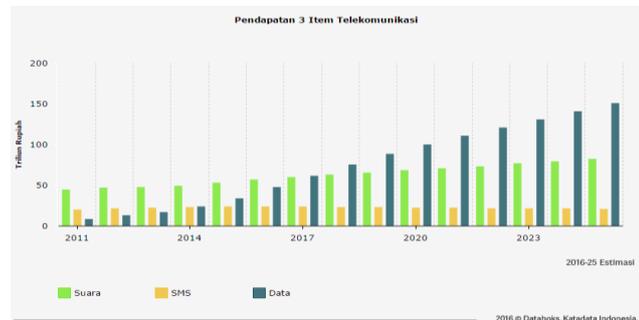
b. Freedom Mini

Dibagi dalam berbagai jenis layanan, yaitu layanan SMS, telepon dan data internet tanpa ada batas. Dari layanan SMS dimulai dari Rp2.000/hari kesesama Indosat Ooredoo, layanan telepon dimulai Rp5.000/hari dan juga layanan data internet dimulai dari Rp5.000/hari. Indosat Ooredoo juga menyediakan paket freedom mini komplet yaitu layanan SMS, telepon dan internet tanpa ada batas penggunaan dimulai dari Rp10.000 untuk penggunaan 3 hari saja dan Rp20.000 untuk penggunaan 7 hari.

c. Freedom Combo

Untuk Freedom combo sendiri dibagi lagi dalam 4 jenis paket yaitu paket freedom combo M seharga Rp59.000 dengan keuntungan penggunaan layanan telepon dan SMS tanpa batas, 2 GB kuota internet ditambah bonus 10 GB kuota internet dengan layanan data 4G dalam masa aktif 30 hari. Paket freedom combo L seharga Rp99.000 dengan keuntungan penggunaan layanan telepon dan SMS tanpa batas, 4 GB kuota ditambah 20 GB kuota dalam layanan data 4G dalam masa aktif 30 hari. Paket freedom combo XL seharga Rp149.000 dengan keuntungan penggunaan layanan telepon dan SMS tanpa batas, 8 GB kuota internet ditambah bonus 30 GB kuota internet dengan layanan 4G dalam masa aktif 30 hari. Dan paket yang terakhir adalah paket freedom combo XXL dengan keuntungan pemakaian tanpa batas bagi penggunaan layanan telepon, SMS dan internet jaringan 4G dan juga 12 GB kuota internet dalam masa aktif 30 hari.

Apabila dilihat lebih mendalam lagi tentang apa yang telah dilakukan Indosat Ooredoo sendiri, ini diperkuat dengan proyeksi pendapatan perusahaan seluler dilihat dari jenis pemakaian dari pengguna mereka sendiri, yaitu:



**GAMBAR 1.6**

**Estimasi Pendapatan Dilihat dari Jenis Penggunaan**

Sumber : [www.databoks.katadata.co.id](http://www.databoks.katadata.co.id), 2016

Dilihat dari estimasi dari tabel didapat data bahwa dari segi penggunaan layanan telepon dan juga *Short Message Services* (SMS) saja tidak akan mendapatkan hasil signifikan, akan tetapi jikalau kita lihat dari estimasi pertumbuhan penggunaan melalui layanan data maka akan didapat hasil pergerakan yang sangat signifikan dan apabila dilihat dari keuntungan yang bisa didapatkan dari layanan data ini akan meningkatkan laba perusahaan ini nantinya.

Menurut survei awal yang dilakukan penulis kepada 20 responden pengguna operator seluler Indosat Ooredoo dikawasan Universitas Telkom alasan konsumen memutuskan membeli suatu produk operator seluler, yaitu :

**Tabel 1.2**  
**Alasan Pengguna Indosat Ooredoo Memutuskan Pembelian**

| Alasan           | Jumlah | Persentase |
|------------------|--------|------------|
| Banyak Bonus     | 4      | 20%        |
| Berhemat         | 3      | 15%        |
| Harga Terjangkau | 8      | 40%        |

(Bersambung)

(Sambungan)

|                 |    |      |
|-----------------|----|------|
| Kualitas Sinyal | 5  | 25%  |
| Total           | 20 | 100% |

Sumber: Data diolah penulis, 2016

Dari tabel 1.2 di atas dapat diketahui bahwa keputusan pembelian konsumen terhadap operator seluler sebanyak 40% dipengaruhi dari harga yang terjangkau, 25% dipengaruhi oleh kualitas sinyal dari operator itu sendiri, 20% dipengaruhi oleh banyak bonus yang didapat, 15% dipengaruhi oleh faktor berhemat dari pengguna itu sendiri. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen dalam mengambil keputusan pembelian Indosat Ooredoo dipengaruhi oleh strategi operator konsumen bagaimana mereka menonjolkan diri dari penentrasi yang mereka lakukan.

Namun tidak semata-mata keputusan pembelian terjadi begitu saja. Kotler dan Keller (2012:184) mengemukakan bahwa proses pengambilan keputusan pembelian dapat dibagi menjadi lima tahapan sebagai berikut:

- a. Pengenalan Kebutuhan (*Problem Recognition*)  
Proses pembelian diawali dengan pengenalan masalah atau kebutuhan. Kebutuhan dapat timbul ketika pembeli merasakan adanya rangsangan eksternal atau internal yang mendorong dirinya untuk mengenali kebutuhan.
- b. Pencarian Informasi (*Information Search*)  
Konsumen yang merasakan rangsangan akan kebutuhannya kemudian akan terdorong untuk mencari dan mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya.
- c. Evaluasi Alternatif (*Evaluation of Alternatif*)  
Setelah menerima banyak informasi, konsumen akan mempelajari dan mengolah informasi tersebut untuk sampai pada pilihan terakhir.
- d. Keputusan Pembelian (*Purchase Decision*)  
Jika keputusannya adalah membeli, maka konsumen harus mengambil keputusan menyangkut merek, harga, penjual, kuantitas, waktu pembelian dan cara pembayaran.

e. Perilaku Pasca Pembelian ( *Postpurchase Behaviour* )

Setelah membeli suatu produk, konsumen akan mengalami kepuasan atau ketidakpuasan, hal ini akan mempengaruhi tindakan setelah pembelian.

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, adanya beberapa faktor-faktor yang membuat konsumen membuat keputusan pembeliannya terhadap operator seluler Indosat Ooredoo yang membuat peneliti tertarik untuk mengkaji tentang tinjauan mengenai keputusan pembelian, dengan judul penelitian yaitu: **“Analisa Proses Keputusan Pembelian pada Pengguna Indosat Ooredoo (Studi Kasus : Konsumen Indosat Ooredoo di Universitas Telkom Pada Tahun 2017)”**.

### **1.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Seberapa besar tanggapan responden terhadap proses pengambilan keputusan pembelian pada Indosat Ooredoo?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah, maka penelitian ini bertujuan:

1. Mengetahui seberapa besar tanggapan responden terhadap pengambilan keputusan pembelian pada Indosat Ooredoo.

### **1.5 Kegunaan Penelitian**

Melalui penelitian ini, peneliti berharap dapat memberikan kegunaan dan mamfaat kepada semua pihak, antara lain:

a. Aspek Akademis

Agar dapat menjadi acuan maupun memberikan bagi akademisi lain untuk mendapatkan hal-hal yang baru yang bermamfaat, sehingga dapat memperluas wawasan akademisi. Dan penelitian ini dapat mejadi rujukan

peneliti lainnya dalam melakukan penelitian dengan topik yang berhubungan dengan penelitian ini. Semoga dengan penelitian ini dapat menambah bahan dokumentasi untuk melengkapi preferensi yang dibutuhkan dalam penyediaan studi bagi universitas dan pihak-pihak yang membutuhkan apalagi didalam bidang manajemen pemasaran.

b. Aspek Praktis

Dengan adanya penelitian ini dapat menjadi bahan rujukan untuk perusahaan dalam menyusun strategi yang lebih baik dalam hal pemasaran perusahaan, sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dengan lebih baik lagi.

## **1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir**

Sistematika penulisan dibuat untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan dan untuk kejelasan hasil penelitian. Dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menguraikan tentang landasan-landasan teori seperti teori mengenai manajemen pemasaran, teori perilaku konsumen dan teori keputusan pembelian.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini membahas metode penelitian yang digunakan, jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data dan teknik analisis data.

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini membahas analisis data-data yang telah penulis dapatkan dari penelitian dengan menggunakan metode analisis yang telah ditetapkan sebelumnya.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi kesimpulan akhir penulisan serta saran-saran untuk objek penelitian ataupun pihak-pihak terkait lainnya.