

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum

1.1.1 Profil Perusahaan

Sejak berdiri pada tanggal 26 Mei 1995, Telkomsel secara konsisten melayani negeri, menghadirkan akses telekomunikasi kepada masyarakat Indonesia yang tersebar dari Sabang sampai Merauke. Saat ini Telkomsel adalah operator selular terbesar di Indonesia. Untuk melayani pelanggannya yang tersebar di seluruh Indonesia, termasuk juga di daerah terpencil dan pulau terluar serta daerah perbatasan negara, Telkomsel menggelar lebih dari 146 ribu BTS. Telkomsel secara konsisten mengimplementasikan teknologi selular terkini dan menjadi yang pertama meluncurkan secara komersial layanan mobile 4G LTE di Indonesia.

Memasuki era digital, Telkomsel terus mengembangkan bisnis digital, diantaranya *Digital Advertising*, *Digital Lifestyle*, *Mobile Financial Services*, dan *Internet of Things*. Untuk melayani kebutuhan pelanggan, Telkomsel menggelar call center 24 jam dan layanan GraPARI yang tersebar di seluruh Indonesia. Untuk memberikan layanan yang prima kepada masyarakat di dalam menikmati gaya hidup digital (*digital lifestyle*), Telkomsel turut membangun ekosistem digital di tanah air melalui berbagai upaya pengembangan DNA (*Device, Network dan Applications*), yang diharapkan akan mempercepat terbentuknya masyarakat digital Indonesia. Selain itu Telkomsel juga aktif mendorong generasi muda untuk secara positif menggunakan teknologi.

Telkomsel akan selalu hadir untuk menginspirasi masyarakat dengan memanfaatkan teknologi terdepan, produk dan layanan yang kompetitif, serta solusi inovatif. Hal ini akan mengantarkan Indonesia menuju perekonomian masyarakat berbasis *broadband* sesuai *roadmap* teknologi selular. Kecintaan pada negeri mendorong Telkomsel untuk terus berkreasi menghadirkan layanan telekomunikasi terbaik bagi masyarakat Indonesia.

1.1.2 Produk Telkomsel

Telkomsel memiliki beberapa merek kartu perdana yang dipasarkan di Indonesia yaitu:

- Kartu Pascabayar: Kartu Halo
- Kartu Prabayar: simPATI, Kartu As, dan Loop.
- Kartu Perdana Paket Internet: Kartu yang sudah memiliki paket data internet dan siap digunakan.

1.1.3 Segmenting, Targetting, dan Positioning Produk Telkomsel

Penetapan pasar Telkomsel adalah geografis, demografis, psikografis, dan perilaku. Segmen geografis Telkomsel adalah seluruh wilayah Indonesia dan beberapa kota diluar negeri. Segmen demografis Telkomsel adalah pria dan wanita, usia 18 tahun keatas, dan masyarakat kelas sosial menengah keatas. Segmen psikografis Telkomsel adalah konsumen dengan kepribadian inovatif dan dinamis. Konsumen pada usia 18-35 tahun dianggap pribadi muda yang berkepribadian inovatif dan dinamis. Segmen perilaku Telkomsel adalah pengguna jasa telekomunikasi yang sangat mengutamakan kualitas layanan.

Pada umumnya, kartu Telkomsel ditargetkan untuk penduduk berusia 20 tahun keatas yang berpenghasilan menengah atas. Namun, tak jarang juga anak-anak yang belum berpenghasilan menggunakan kartu Telkomsel ini. Positioning Telkomsel adalah sebagai operator telekomunikasi dengan jaringan terluas di Indonesia yang bertujuan memuaskan pelanggan dimanapun mereka berada.

1.1.4 Visi dan Misi

- Visi

Menjadi penyedia layanan dan solusi gaya hidup *digital mobile* kelas dunia yang terpercaya.

- Misi

Memberikan layanan dan solusi *digitalmobile* yang melebihi ekspektasi para pengguna, menciptakan nilai lebih bagi para pemegang saham serta mendukung pertumbuhan ekonomi bangsa.

1.1.5 Logo Perusahaan



Gambar 1.1

Logo PT. Telkomsel

Sumber: Telkomsel 2018

1.2 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan informasi di era modern dan serba cepat ini memudahkan manusia untuk mendapatkan berbagai informasi dari seluruh penjuru dunia. Selain itu, dampak dari adanya perkembangan teknologi dan informasi juga memudahkan manusia untuk berkomunikasi dan berinteraksi satu sama lainnya, sehingga merubah cara pandang serta gaya hidup masyarakat saat ini (diakses dari kompasiana.com, 07 Desember 2018). Di zaman yang sudah serba canggih ini, kini cara manusia untuk berkomunikasi pun dibuat dengan mudahnya. Saat ini komunikasi sudah tidak perlu lagi dilakukan dengan cara surat menyurat, melainkan dengan menggunakan fasilitas digital yang tersedia dengan adanya internet.

Interconnected Network (internet) adalah suatu jaringan global yang menghubungkan komputer satu dengan yang lainnya diseluruh pelosok dunia. Ada berbagai definisi internet, salah satunya yang menjelaskan bahwa internet adalah komunikasi jaringan global yang menghubungkan seluruh komputer didunia meskipun berbeda sistem operasi dan mesin (Ahmadi dan Hermawan, 2013:68). Dengan banyaknya kegiatan yang dilakukan melalui internet atau disebut juga “dunia maya”, menjadikan internet sebagai keperluan yang penting bagi keseharian dan

menunjang aktivitas kegiatan manusia saat ini. Perkembangan internet yang pesat, mengakibatkan jumlah penggunaannya semakin bertambah setiap tahunnya. Tahun ini *WeAreSocial* yang bekerja sama dengan *Hootsuite* kembali melansir *Global Digital Report* tahun 2018 yang menunjukkan banyak angka menakjubkan dari jagad digital dunia. Diantaranya, adalah tentang jumlah pengguna internet dunia yang telah mencapai 4,021 miliar orang (diakses dari goodnewsfromindonesia.id, 19 September 2018). Berdasarkan data statistik dari *Internet World Stats*, Indonesia masuk kedalam *Top 20 Countries With The Highest Number Of Internet Users* pada 31 Desember 2017 dan menduduki peringkat kelima didunia dengan jumlah pengguna internet sebanyak 143,260,000 (diakses dari internetworldstat.com, 07 Desember 2018).



Gambar 1.2

Pertumbuhan Pengguna Internet

Sumber: www.apjii.or.id, 09 September 2018

Berdasarkan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) lebih dari 50% atau sekitar 143 juta orang telah terhubung jaringan internet sepanjang 2017. Pengguna internet di Indonesia selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya, dan tidak menutup kemungkinan bahwa pengguna internet tersebut akan terus

meningkat seiring dengan perkembangan zaman. Hal ini juga mengindikasikan bahwa masyarakat Indonesia telah menganggap internet sebagai suatu kebutuhan.

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyatakan bahwa perangkat yang paling banyak dipakai untuk mengakses internet yaitu pada *smartphone*. Untuk mengakses internet di *smartphone* diperlukan paket data/kuota internet. Dalam mengakses internet diperlukan berbagai perangkat tidak terkecuali, harga dan kuota yang menjadi hal utama dalam menentukan pilihan operator. Saat ini Indonesia memiliki beberapa operator seluler sekaligus penyedia jasa internet dengan jumlah pelanggan terbesar seperti ditunjukkan pada tabel 1.1.

Tabel 1.1 Jumlah Pelanggan Operator Seluler

No.	Operator Seluler	Jumlah Pelanggan Tahun 2017
1.	Telkomsel	196,3 Juta Pelanggan (Diakses dari wartaekonomi.co.id, 19 September 2018)
2.	Indosat Ooredoo	110,2 Juta Pelanggan (Di akses dari indosatooredoo.com, 19 September 2018)
3.	Tri	63,8 Juta Pelanggan (Diakses dari bisnis.com, 19 September 2018)
4.	XL	53,5 Juta Pelanggan (Diakses dari cnnindonesia.com, 19 September 2018)
5.	Smartfren	11,5 Juta Pelanggan (Diakses dari selular.id, 19 September 2018)

Sumber: Data yang Telah Diolah

Jumlah pelanggan operator seluler terbesar di Indonesia pada tahun 2017 adalah Telkomsel sebanyak 196,3 juta pelanggan. Diikuti Indosat Ooredoo sebanyak 110,2 juta pelanggan, diurutan ketiga yaitu Tri sebanyak 63,8 juta pelanggan, kemudian diurutan keempat yaitu XL sebanyak 53,5 juta pelanggan, dan diurutan terakhir yaitu Smartfren sebanyak 11,5 juta pelanggan. Setiap operator seluler tentunya memiliki penawaran yang berbeda dalam pilihan paket internet. Ada beberapa pilihan paket internet, diantaranya paket harian, mingguan, dan bulanan. Berdasarkan survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet cenderung membeli kuota bulanan dibandingkan dengan mingguan bahkan tahunan (diakses dari beritagar.id, 16 September 2018). Harga/tarif kuota internet tentunya berbeda darisetiap operator.

Telkomsel memiliki jenis kartu pascabayar dengan merek Kartu Halo dan jenis kartu Prabayar dengan merek Simpati, Kartu As, dan Loop. Pelanggan kartu pascabayar saat ini berjumlah lima juta *users* (diakses dari liputan6.com, 21 September 2018). Jumlah pelanggan kartu pascabayar memang tidak sebanyak pelanggan kartu Prabayar. Penulis tertarik untuk meneliti lebih dalam dari salah satu produk kartu Prabayar Telkomsel yang paling banyak digunakan yaitu Simpati, karena sampai tahun 2016 Simpati masih mendominasi pelanggan Telkomsel yaitu diangka 72.400.000 pelanggan (diakses dari telko.id, 21 September 2018). Di tengah-tengah pelanggan Simpati yang banyak ini, sayangnya banyak terjadi keluhan terkait mahalnya tarif paket internet yang ditawarkan. Seperti yang diketahui, situs utama Telkomsel pada tanggal 28 April 2017 telah diretas oleh *hacker* yang tidak dikenal. Ulah *hacker* tersebut diduga sebagai bentuk kritik kepada Telkomsel karena dianggap tarif internet mereka terlalu mahal (diakses dari idntimes.com, 21 September 2017).

Kotler dan Amstrong (2012:132) mengatakan bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Tingginya tingkat kesensitifan masyarakat terhadap harga menimbulkan persaingan diantara operator seluler di Indonesia. Berikut adalah perbandingan harga paket internet dari operator seluler di Indonesia pada kisaran harga Rp. 60.000 per bulan.

Tabel 1.2 Harga Paket Internet Bulanan Operator Seluler

Operator Seluler	Nama Paket	Harga Paket	Jumlah Kuota
Smartfren	Super 4G <i>unlimited</i>	Rp. 65.000	30 GB
Indosat Ooredoo	Indosat <i>unlimited</i>	Rp. 60.000	5 GB
XL Axiata	XL Xtra Combo	Rp. 59.000	5 GB
Telkomsel	Simpati Combo	Rp. 60.000	2 GB

Sumber: selular.id, 24 Desember 2018

Berdasarkan tabel 1.2 Smartfren meluncurkan paket internet Super 4G *unlimited* seharga Rp. 65.000 yang berlaku selama 30 hari. Meski demikian, Smartfren menetapkan batas pemakaian wajar per hari sebesar 1 GB, jika dikali 30 hari maka total kuota yang didapatkan pelanggan adalah 30 GB. Indosat Ooredoo juga memiliki paket internet Indosat *unlimited* dengan harga tidak jauh dari

Smartfren yaitu Rp. 60.000 dengan jumlah kuota utama sebesar 5 GB. XL Axiata juga mempunyai paket Xtra combo yang serupa dengan paket *unlimited* seharga Rp. 59.000 dengan kuota utama sebesar 5 GB. Berikutnya adalah Telkomsel yang mengusung layanan serupa paket *unlimited* seharga Rp. 60.000 dengan kuota utama sebesar 2 GB.

Dari pemaparan terkait harga paket internet reguler bulanan berdasarkan tabel 1.2, paket internet bulanan Simpati tampak lebih mahal dilihat dari jumlah kuota yang diberikan. Dalam menentukan tarif Telkomsel, perusahaan merujuk pada komponen biaya jaringan, termasuk kebutuhan akses *bandwidth* Internasional. Selain harga, faktor utama lainnya dalam memutuskan membeli layanan internet dari suatu operator tertentu adalah kualitasnya (diakses dari detik.com, 07 Desember 2018). Tjiptono (2014:11) menyatakan bahwa kualitas sebagai suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Adapun penelitian mengenai korelasi harga-kualitas yang dilakukan Rainer Olbrich dan Hans Christian Jansen (2014) menunjukkan bahwa harga yang lebih tinggi menandakan kualitas produk yang lebih baik. Aplikasi *speed test* nPerf menunjukkan “*Barometer of Mobile Internet Connections In Indonesia*” yang ditunjukkan pada tabel 1.3.

Tabel 1.3 Barometer of Mobile Internet Connections In Indonesia

nPerf barometer summary table - Year 2017 Cellular Internet connections in Indonesia						
	3Tel	Bolt	Indosat Ooredoo	Smartfren	Telkomsel	XL Axiata
Success ratio	71.30 %	74.28 %	69.84 %	71.00 %	80.61 %	63.50 %
Download bitrate *	2.96 Mb/s	8.87 Mb/s	2.68 Mb/s	9.60 Mb/s	10.64 Mb/s	4.35 Mb/s
Upload bitrate *	2.11 Mb/s	1.23 Mb/s	2.15 Mb/s	2.14 Mb/s	7.91 Mb/s	2.95 Mb/s
Latency	107.74 ms	73.52 ms	101.10 ms	83.77 ms	90.94 ms	99.82 ms
Browsing * (performance)	37.00 %	41.95 %	32.43 %	32.56 %	47.60 %	38.50 %
Streaming YouTube *	64.89 %	73.99 %	52.69 %	61.32 %	72.51 %	66.00 %
2G/3G/4G Score nPerf *	15 854 nPoints	28 441 nPoints	12 974 nPoints	24 281 nPoints	37 193 nPoints	20 792 nPoints

Sumber: inet.detik.com, 09 September 2018

Telkomsel memberikan *success ratio* terbaik yaitu 80,61% yang diikuti oleh Bolt dengan 74,28%. Pada kategori *download bitrate*, kecepatan Telkomsel adalah 10,64 Mb/s, diikuti oleh Smartfren dengan kecepatan 9,60 Mb/s. Kategori *upload bitrate* Telkomsel masih memimpin dengan kecepatan 7,91 Mb/s. Untuk kategori *latency*, nilai yang terendah adalah yang terbaik, *latency* Bolt terunggul dengan 73.52 ms. Selanjutnya pada kategori *browsing*, Telkomsel memberikan performa terbaik dengan 47,60%. Terakhir untuk kategori *streaming youtube*, Bolt memberikan performa terbaik sebesar 73,99% yang diikuti oleh Telkomsel dengan 72,51%. Aplikasi nPerf mendaulat Telkomsel menjadi operator seluler yang performa internetnya paling bagus selama 2017 untuk kategori 2G/3G/4G dengan *score* 37.193. Perf mendasarkan laporan ini dari pengujian yang dilakukan oleh para penggunanya dari 01 Januari hingga 31 Desember 2017 (diakses dari detik.com, 15 Maret 2018).

Namun, disamping survei yang menyatakan bahwa Telkomsel adalah operator seluler yang performanya paling bagus selama 2017, saat memasuki tahun 2018, jaringan Telkomsel dilaporkan sering mengalami gangguan. Seperti dilaporkan oleh pengguna Telkomsel di media sosial, mereka mengutarakan keluhannya pada akun resmi Telkomsel (diakses dari detik.com, 10 Januari 2019). Pelanggan juga mengeluhkan gangguan layanan internet operator seluler tersebut dari mulai kecepatan yang melambat, hingga tidak ada koneksi sama sekali (diakses dari kompas.com, 10 Januari 2019). Selain itu, menurut survei yang dilakukan oleh *OpenSignal* pada semester pertama 2018, kecepatan *download* Telkomsel mencapai 12,89 mbps mengalahkan para pesaingnya. Meski memimpin, kecepatan *download* rata-rata Telkomsel mengalami penurunan dibandingkan laporan semester kedua tahun 2017 yang mencapai 14,6 mbps. Bahkan jika dilihat dari jaringan 3G dan 4G, kecepatan *download* Telkomsel hanya 8,4 mbps dan kalah dari Smartfren. Berikut adalah laporan dari OpenSignal.



Gambar 1.3

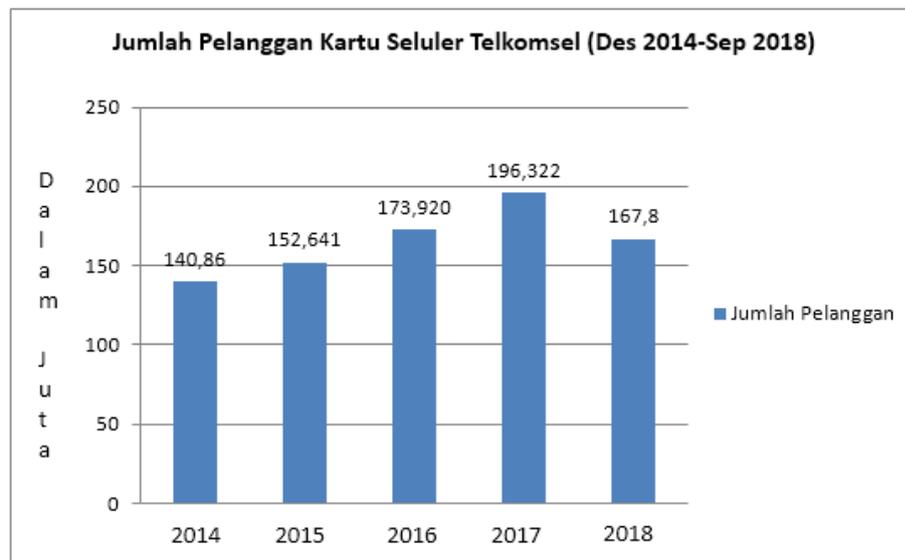
Kecepatan Internet Operator Seluler Periode Januari-Mei 2018

Sumber: OpenSignal.com, 10 Januari 2019

Berdasarkan gambar 1.3, Smartfren berhasil menyaingi Telkomsel dalam kategori kecepatan *download* secara keseluruhan di kota-kota besar Indonesia. Dalam kategori ini Smartfren memiliki kecepatan 9,83 mbps, kemudian disusul Telkomsel dengan kecepatan 8,42 mbps. Dalam ketersediaan 4G, Smartfren juga mengungguli Telkomsel di enam kota besar yakni, Bandung, Jakarta, Makassar, Medan, Semarang, dan Surabaya. Lebih lanjut, Telkomsel dilaporkan tidak mengalami peningkatan ketersediaan 4G mereka, sementara operator-operator lain mengalami tren peningkatan dalam ketersediaan koneksi 4G. Tentunya kualitas jaringan juga akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Konsumen akan memperhatikan cepat atau lambatnya jaringan pada waktu pengaksesan internet (Cindy, 2018).

Di samping harga paket internet reguler yang mahal, Telkomsel memiliki kartu perdana paket internet yang didalamnya sudah tersedia kuota internet yang siap digunakan dengan pilihan harga yang lebih terjangkau. Simpati menawarkan kartu perdana paket internet dengan kuota yang mencapai 30GB dengan harga 69 ribu rupiah. Simpati Flash juga menghadirkan kuota perdana internet dengan kuota paling besar 5GB hingga 6GB. Tentunya harga yang ditawarkan lebih murah dibandingkan dengan membeli paket internet Simpati reguler seperti pada tabel 1.2. Di tengah mahalannya biaya langganan paket data, membuat sejumlah pemilik *smartphone*, memutuskan untuk membeli kartu perdana paket internet (diakses dari selular.id, 29 Desember 2018). Penggunaan perdana internet sekali pakai ini memang dinilai warga

lebih murah dan menjadi *trend* yang diminati banyak orang (diakses dari tribunnews.com, 09 September 2018). Namun semenjak pemerintah memberlakukan peraturan untuk meregistrasi setiap kartu perdana, hal ini tentunya akan berdampak pada penjualan kartu perdana dari Telkomsel. Berikut adalah grafik yang menunjukkan terjadinya penurunan jumlah pelanggan Telkomsel.



Gambar 1.4

Jumlah Pelanggan Kartu Seluler Telkomsel (Des 2014-Sep 2018)

Sumber: Annual Report Telkomsel dan Katadata.co.id, 11 Januari 2018

Berdasarkan gambar 1.4 dapat terlihat bahwa jumlah pelanggan kartu Telkomsel dari tahun 2014 sampai tahun 2017 selalu mengalami peningkatan. Namun semenjak diberlakukannya registrasi kartu sejak Oktober 2017 membuat jumlah pelanggan Telkomsel menyusut dan berkurang lebih dari 10% yang mulanya berjumlah 196,322 juta pelanggan pada 2017, menyusut menjadi 167,8 juta pelanggan pada September 2018. Turunnya pelanggan langsung berpengaruh terhadap kinerja keuangan operator seluler tersebut. Pendapatan Telkomsel turun 5,5% menjadi Rp. 65,72 triliun (YoY) dan labanya merosot 21,5% menjadi 18,3% triliun (YoY). Berbeda dengan Telkomsel, pelanggan XL justru mengalami kenaikan dari tahun 2017 ke tahun 2018 (diakses dar katadata.co.id, 11 Januari 2019). Dengan terjadinya penurunan jumlah pelanggan, hal tersebut menjadikan ketidakstabilan penjualan selama akhir tahun 2018. Terkait hal registrasi, sebenarnya provider juga telah memberikan solusi atas permasalahan tersebut. Namun yang mengakibatkan tingkat pelanggan yang menurun mengindikasikan karena pelanggan tidak melakukan pembelian kembali.

Untuk mengetahui tanggapan responden tentang Kartu Perdana Paket Internet Simpati, penulis mengambil sampel di kota Bandung. Dipilihnya kota Bandung sebagai objek penelitian karena wilayah kota Bandung menjadi penyumbang trafik data tertinggi Telkomsel (diakses dari tribunnews.com, 29 Desember 2018). *Traffic* data kota Bandung lebih tinggi dari kota Jakarta yang merupakan ibu kota negara sekaligus pusat bisnis. Kondisi tersebut ditunjang tingginya populasi mahasiswa di Bandung yang umumnya tergolong pengguna internet aktif. Selain itu, Telkomsel juga melakukan penambahan jumlah BTS di Jawa Barat pada awal September 2017 dan sebagian besar berada di wilayah kota Bandung (diakses dari pikiranrakyat.com, 08 Desember 2018). Bandung juga termasuk kedalam 5 kota dengan jumlah penduduk terbanyak di Indonesia dengan jumlah penduduk sebanyak 2.490.622 pada tahun 2016 (diakses dari bps.go.id, 23 September 2018).

Penulis melakukan kuesioner pra survei untuk memperkuat fenomena tersebut kepada 30 responden mengenai Persepsi Harga, dan Persepsi Kualitas tentang Kartu Perdana Paket Internet Simpati sebagai berikut:

Tabel 1.4 Hasil Kuesioner Pra Survei Persepsi Harga

No.	Pernyataan	S	%	TS	%	Jumlah	Total %
1.	Harga dari "Kartu Perdana Paket Internet" Simpati lebih murah dari produk pesaingnya.	7	23.3%	23	76.7%	30	100 %
2.	Harga "Kartu Perdana Paket Internet" Simpati lebih terjangkau daripada pembelian paket reguler di *363#.	25	83.3%	5	16.7%	30	100 %
3.	Harga "Kartu Perdana Paket Internet" Simpati sesuai dengan kualitas jaringannya.	19	63.3%	11	36.7%	30	100 %

Sumber: Data yang Diolah Penulis, 2018

Berdasarkan hasil pra survei pada tabel 1.4, dapat diketahui bahwa terdapat tanggapan responden yang menyatakan tidak setuju terhadap semua pernyataan terkait persepsi harga pada Kartu Perdana Paket Internet Simpati terutama untuk pernyataan nomor satu. Dari 30 responden, sebanyak 23 responden menjawab tidak setuju bahwa harga Kartu Perdana Paket Internet Simpati lebih murah dari produk pesaingnya. Dalam hal ini, Simpati mempunyai pesaing yaitu Indosat Ooredoo yang

juga mempunyai produk kartu perdana paket internet yang menawarkan jumlah kuota sebesar 30 GB seharga Rp. 68.000, Smartfren menawarkan jumlah kuota sebesar 30 GB seharga Rp. 60.000, Tri menawarkan jumlah kuota sebesar 30GB seharga Rp. 45.900, dan Simpati menawarkan jumlah kuota sebesar 30 GB seharga Rp. 69.000 (diakses dari bukalapak.com, 24 Desember 2018). Diketahui pula pada pernyataan nomor 2 terdapat 5 responden yang menjawab tidak setuju, dan pernyataan nomor 3 terdapat 11 orang menjawab tidak setuju.

Tabel 1.5 Hasil Kuesioner Pra Survei Persepsi Kualitas

No	Pernyataan	S	%	TS	%	Jumlah	Total %
1.	Saya yakin kualitas <i>simcard</i> "Kartu Perdana Paket Internet" Simpati tahan lama.	18	60%	12	40%	30	100 %
2.	Saya yakin jika "Kartu Perdana Paket Internet" Simpati tidak berfungsi akan mudah diperbaiki.	16	53.3%	14	46.7%	30	100 %
3.	Saya yakin bahwa "Kartu Perdana Paket Internet" Simpati dapat digunakan dalam waktu yang lama.	11	36.7%	19	63.3%	30	100 %
4.	Saya yakin bahwa dari "Kartu Perdana Paket Internet" Simpati memiliki keunggulan yang bergengsi	21	70%	9	30%	30	100%

Sumber: Data yang Diolah Penulis, 2018

Berdasarkan hasil pra survei pada tabel 1.5, dapat diketahui bahwa terdapat tanggapan responden yang menyatakan tidak setuju terhadap semua pernyataan terkait persepsi kualitas pada Kartu Perdana Paket Internet Simpati terutama untuk pernyataan nomor 3. Dari 30 responden, sebanyak 19 responden menjawab tidak setuju bahwa Kartu Perdana Paket Internet Simpati dapat digunakan dalam waktu yang lama. Dalam hal ini, masa berlaku Kartu Perdana Paket Internet Simpati hanya 30 hari saja dan untuk perpanjangan dapat melalui registrasi paket reguler (diakses dari gadgetren.com, 24 Desember 2018). Sedangkan pesaingnya yaitu Tri yang mengenalkan sebuah paket yang dapat memperpanjang masa aktif kartu hingga satu tahun lamanya, sehingga pelanggan tidak perlu khawatir kartu yang digunakan akan kehabisan masa aktif. Begitu juga dengan XL yang mengeluarkan kartu perdana

internet yang mempunyai masa aktivasi panjang (diakses dari tribunnews.com, 12 Januari 2019). Diketahui pula pada pernyataan nomor dua, dari 30 responden terdapat 16 orang menjawab tidak setuju bahwa jika Kartu Perdana Paket Internet Simpati tidak berfungsi akan mudah diperbaiki. Dalam beberapa artikel, ada yang mengalami masalah dengan kartu perdana paket internet Simpati miliknya, seperti tidak bisa internetan walaupun ada jaringan 3G/4G, dan ada juga yang mengalami jaringan H+ atau 4G nya tidak muncul walaupun sudah melakukan *restrart handphonemaupun* mengaktifkan layanan GPRS (diakses dari opikini.com, 12 Januari 2019).

Tentunya sebelum melakukan pembelian dan memutuskan operator seluler mana yang akan digunakan, ada beberapa faktor yang dipertimbangkan oleh pelanggan. Schiffman dan Kanuk dalam Sangadji dan Sopiah (2013: 120) mendefinisikan keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua pilihan alternatif atau lebih. Keputusan pembelian adalah keputusan dimana konsumen benar-benar memutuskan untuk membeli dan menikmati barang atau jasa diantara berbagai macam pilihan alternatif. Persepsi konsumen terhadap suatu harga dapat mempengaruhi keputusannya dalam membeli suatu produk. Menurut Sunyoto (2013:179) menyatakan bahwa persepsi harga berkaitan dengan bagaimana informasi harga dipahami seluruhnya oleh konsumen dan memberikan makna yang dalam bagi mereka.

Penelitian yang dilakukan Hutami Permita Sari (2016) menyatakan adanya pengaruh positif persepsi harga terhadap keputusan pembelian. Harga sering dijadikan sebagai indikator kualitas. Apabila harga tinggi konsumen cenderung beranggapan bahwa kualitasnya juga lebih baik (Kotler dan Aamstrong, 2012:52). Krisno dan Samuel (2013:2) menyatakan bahwa persepsi kualitas merupakan kemampuan produk untuk dapat diterima dalam memberikan kepuasan apabila dibandingkan secara relatif dengan alternatif yang tersedia.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas terkait keputusan pembelian kartu perdana paket internet dari salah satu operator seluler menjadi fenomena yang membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Persepsi Kualitas Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Kartu Perdana Paket Internet Simpati)”**.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana persepsi harga pada Kartu Perdana Paket Internet Simpati?
2. Bagaimana persepsi kualitas pada Kartu Perdana Paket Internet Simpati?
3. Bagaimana keputusan pembelian pada Kartu Perdana Paket Internet Simpati?
4. Bagaimana pengaruh persepsi harga terhadap persepsi kualitas pada Kartu Perdana Paket Internet Simpati?
5. Bagaimana pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian pada Kartu Perdana Paket Internet Simpati?
6. Bagaimana pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian melalui persepsi kualitas pada Kartu Perdana Paket Internet Simpati?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Persepsi harga pada Kartu Perdana Paket Internet Simpati.
2. Persepsi kualitas pada Kartu Perdana Paket Internet Simpati.
3. Keputusan pembelian pada Kartu Perdana Paket Internet Simpati.
4. Pengaruh persepsi harga terhadap persepsi kualitas pada Kartu Perdana Paket Internet Simpati.
5. Pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian pada Kartu Perdana Paket Internet Simpati.
6. Pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian melalui persepsi kualitas pada Kartu Perdana Paket Internet Simpati.

1.5 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis memperkaya khazanah keilmuan dalam bidang pemasaran khususnya dalam memahami pengaruh persepsi harga dan persepsi kualitas terhadap keputusan

pembelian. Selain itu, beberapa penemuan yang didapat dalam penelitian ini juga dapat dijadikan referensi untuk penelitian dengan bidang kajian sejenis.

2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan salah satu bahan masukan bagi perusahaan mengenai Kartu Perdana Paket Internet Simpati terutama untuk mengembangkan strategi harga dan kualitas yang lebih efektif dan efisien.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini disusun untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan. Adapun sistematika penulisan pada penelitian ini sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang Gambaran Umum Objek Penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang Tinjauan Pustaka Penelitian, Penelitian Sebelumnya, Kerangka Pemikiran, Hipotesis Penelitian, dan Ruang Lingkup Penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menguraikan metode penelitian yang digunakan, skala pengukuran, teknik pengumpulan dan pengolahan data, populasi dan sampel, serta sistematika penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang Karakteristik Responden, Hasil Penelitian, dan Pembahasan Penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menguraikan tentang kesimpulan hasil analisis temuan dan saran mengenai penelitian.