

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Di era globalisasi dan zaman yang semakin berkembang, arus komunikasi dan sosial semakin dibutuhkan. Teknologi yang semakin maju juga mendukung berkembangnya dunia telekomunikasi di Indonesia mulai dari, telepon, sms, dan internet. Semakin majunya teknologi dan alat komunikasi yang digunakan untuk berkomunikasi, harus semakin canggih. Alat komunikasi yang semakin canggih juga membutuhkan kartu perdana yang berkualitas.

Terinspirasi dari PT. Telekomunikasi Indonesia, memiliki kartu perdana yang berkualitas dan siap memenuhi kebutuhan konsumen yang menggunakannya. Kartu perdana Simpati adalah salah satu kartu perdana yang dimiliki Telkomsel yang menggunakan jaringan GSM (*Global System Mobile Communication*). Penulis percaya bahwa provider terpercaya untuk memenuhi kebutuhan akan komunikasi dan perkembangan sosial yang semakin cepat, juga informasi yang semakin berkembang, kartu perdana Simpati dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang terbaik.

Kepuasan pembelian juga dipengaruhi oleh faktor yang menjadi pertimbangan konsumen diantaranya yaitu citra merek dan promosi. Perusahaan PT. Telekomunikasi Indonesia sudah memiliki bauran pemasarannya sendiri untuk menarik perhatian dan minat konsumennya dengan memperkenalkan produknya melalui iklan media massa sehingga produknya dapat dikenal oleh masyarakat atau konsumen dengan cepat. Citra merek dalam suatu produk berguna dalam memberikan kesan yang bisa memberikan keyakinan pada konsumen tentang produk yang dibelinya, tak jarang beberapa konsumen hanya membeli barang berdasarkan mereknya saja. Dan juga terdapat faktor lainnya yang mempengaruhi Kepuasan pembelian yaitu promosi. Promosi digunakan oleh perusahaan untuk bersaing dengan pesaingnya. Kegiatan promosi ini mempunyai peran yang penting demi kelangsungan hidup perusahaan agar dapat terus bertahan.

Dalam pasar persaingan, Simpati mampu menciptakan daya saing bisnis yang baik. Simpati mampu mengeluarkan produk dengan kualitas tinggi dan terbaik, dan mampu bersaing secara apik di pasar dan di pakai oleh banyak konsumen terkhusus mahasiswa. Merek dan Promosi merupakan variable penting dalam menentukan Kepuasan pembelian sehingga kedua variabel tersebut memicu untuk meningkatkan kinerja pemasaran. Namun merek juga menjadi indikator kualitas dimana suatu produk dengan kualitas yang tinggi akan berani bersaing dengan produk-produk yang lain, merek dan promosi akan dapat mempengaruhi kesadaran konsumen yang pada akhirnya melakukan pembelian kartu perdana Simpati.

Telkomsel merupakan salah satu perusahaan telekomunikasi yang ada di Indonesia yang juga menerbitkan kartu (perdana dan voucer isi ulang) yang ada di Indonesia yang diantaranya ada yang bernama simpati. Bahkan kartu perdana simpati saja yang dijual dengan harga sangat terjangkau, karena masih ada kartu-kartu perusahaan pesaing. Telkomsel dinotbatkan sebagai operator telekomunikasi dengan performa internet mobile terbaik sepanjang 2017. Setidaknya begitu menurut laporan teranyar berjudul “barometer of mobile internet connections in Indonesia, yang dikeluarkan aplikasi speed test npref. Laporan tersebut berdasarkan pengujian yang di lakukan sejak 1 januari hingga 31 desember 2017. secara total ada 485.455 tes yang dilakukan terhadap performa enam operator, yakni telkomsel, indosat ooredoo, xl, smartfren, Hutchison tri, dan blot. Ada beberapa indikator yang di uji, merunjuk pada penggunaan sehari-hari masyarakat modern. Beberapa diantaranya mencangkup kecepatan unduh dan unggah, latensi, kualitas browsing, serta kualitas streaming. Untuk kecepatan unduh rata-rata, Telkomsel doniman di angka 10,64 Mbps. Posisi kedua di tempati Smartfren (9,60Mbps), lantas di susul Blots (8,87 Mbps). XL Axiata menempati posisi keempat dengan performa tepaut jauh, yakni hanya 4,35 Mbps. Posisi kelima di duduki Hutchison tri (2,96 Mbps) dan terakhir indosat ooredoo (2,68 Mbps). Kecepataan unggah rata-rata masih dipimpin telkomsel, yakni mencapai 7,91 Mbps, Operator lain berada dikisaran 2 Mbps, bahkan ada yang 1 Mbps. Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH MEREK, HARGA DAN PROMOSI**

## **TERHADAP KEPUASAN PEMBELIAN KARTU PERDANA SIMPATI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS BHAYANGKARA BEKASI ANGKATAN 2015”**

### **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian dari latar belakang di atas maka permasalahan yang akan dibahas adalah :

1. Adakah pengaruh merek secara parsial terhadap kepuasan pembelian kartu perdana simpati pada mahasiswa Universitas Bhayangkara Bekasi angkatan 2015 ?
2. Adakah pengaruh harga secara parsial terhadap kepuasan pembelian kartu perdana simpati pada mahasiswa Universitas Bhayangkara Bekasi angkatan 2015 ?
3. Adakah pengaruh promosi secara parsial terhadap kepuasan pembelian kartu perdana simpati pada mahasiswa Universitas Bhayangkara Bekasi angkatan 2015 ?
4. Adakah pengaruh merek, harga dan promosi secara simultan terhadap kepuasan pembelian kartu perdana simpati pada mahasiswa Universitas Bhayangkara Bekasi angkatan 2015?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan dari rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui pengaruh merek secara parsial terhadap Kepuasan pembelian kartu perdana simpati pada mahasiswa Universitas Bhayangkara Bekasi angkatan 2015?
2. Untuk mengetahui pengaruh harga secara parsial terhadap Kepuasan pembelian kartu perdana simpati pada mahasiswa Universitas Bhayangkara Bekasi angkatan 2015?

3. Untuk mengetahui pengaruh promosi secara parsial terhadap Kepuasan pembelian kartu perdana simpati pada mahasiswa Universitas Bhayangkara Bekasi angkatan 2015?
4. Untuk mengetahui pengaruh merek, harga dan promosi secara simultan terhadap Kepuasan pembelian kartu perdana simpati pada mahasiswa Universitas Bhayangkara Bekasi angkatan 2015?

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Penelitian yang penulis lakukan ini mudah-mudahan dapat bermanfaat bagi penulis sendiri, maupun bagi para pembaca, dan pihak-pihak yang berkepentingan.

##### **1. Manfaat Bagi Objek Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan masukan bagi pelaku usaha untuk menentukan langkah-langkah yang tepat dalam upaya meningkatkan volume penjualan dengan memperhatikan factor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

##### **2. Manfaat Akademis**

Dapat menambah pengetahuan serta wawasan bagi penulis tentang bauran pemasaran serta mengenai Kepuasan pembelian dalam studi dan sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya.

##### **3. Manfaat Bagi Peneliti**

- a. Sebagai bahan penyusunan penulisan ilmiah yang merupakan salah satu syarat kelulusan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.
- b. Sebagai bentuk pengembangan ilmu serta wawasan tentang penerapan teori pada kehidupan nyata.
- c. Sebagai pengalaman yang berguna dimasa mendatang
- d. Menambah wawasan dan pengalaman