

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kehidupan manusia di era globalisasi dari runtun waktu terus berkembang seiring kemajuan teknologi yang semakin canggih. Salah satu kemajuan teknologi adalah telepon genggam (*Handphone*). Dalam *Handphone* dibutuhkan sebuah kartu kecil atau sering disebut kartu perdana yang disediakan penyedia layanan telpon (*provider*). Masyarakat menuntut akses dalam komunikasi lancar dengan harga terjangkau. PT. TELKOM FLEXI merupakan salah satu *provider* yang mampu bertahan sampai sekarang dari persaingan ketat dunia komunikasi.

Flexi adalah layanan telekomunikasi suara, sms, data dan layanan bernilai tambah seperti *Ring Back Tone* berbasis nirkabel dengan teknologi *Code Division Multiple Access*. Layanan ini terbatas pada satu area tertentu (*limited mobility*) dalam arti dapat digunakan dalam satu kode *area* tertentu.

Dari segi produk, flexi menawarkan kenyamanan, kecepatan akses komunikasi, memberi berbagai fasilitas dan pilihan nominal pulsa sesuai dengan yang diinginkan. Flexi juga menyediakan berbagai macam jenis produk sehingga pelanggan dapat memilih dan menggunakan flexi sesuai selera dan kebutuhan. Untuk dukungan informasi dan layanan, pelanggan bisa mengakses selama 24 jam secara gratis dan pelanggan dengan mudah mendapatkan informasi produk flexi di plasa telkom flexi terdekat. Untuk biaya seperti biaya percakapan dihitung berdasarkan lama penguanaan dan tujuan yang di inginkan dan untuk biaya fitur, pelanggan bisa langsung menggunakan dan biaya dihitung berdasarkan pemakaian pulsa.

Didukung teknologi terkini, flexi memiliki keunggulan seperti mampu mengatasi ketidakstabilan sinyal, memiliki kemampuan akses data dengan kecepatan tinggi, radiasi rendah sehingga tidak membahayakan kesehatan, kualitas suara baik dan mampu melakukan integrasi suara, data dan video.

Hal tersebut yang menjadi dasar pelanggan flexi tetap setia menggunakan kartu flexi sebagai alat komunikasi dan terbukti kartu flexi hingga kini masih diminatin dan setia digunakan oleh pelanggan flexi, terbukti dari jumlah pelanggan flexi semakin meningkat. Pada Desember 2009, pelanggan Flexi 500 ribu, tiga bulan kemudian bertambah 100ribu sehingga total 600ribu orang. Desember 2010, pelanggan flexi 2juta orang. Desember 2011, pelanggan flexi sebesar 7.5juta orang dan Desember 2012, pelanggan flexi sebesar 11juta orang.

Setiap tahun jumlah pengguna flexi bisa tetap atau meningkat, jika divisi telkom flexi bisa mempertahankan atau meningkatkan strategi penetapan harga jual kartu perdana, kualitas produk dan cara promosi yang dilakukan. Jika divisi telkom flexi tidak ada perubahan, maka kemungkinan menurunnya jumlah pelanggan flexi dan akan beralih ke *provider* lainnya bahkan telkom flexi tidak bisa bersaing lagi dengan *provider* lainnya.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Pengaruh Strategi Penetapan Harga, Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Flexi Di Palembang”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah penelitian ini adalah “Adakah pengaruh strategi penetapan harga, produk dan promosi terhadap keputusan pembelian kartu perdana Flexi di Palembang?”.

1.3 Batasan Masalah

Menganalisis dan membahas pengaruh strategi penetapan harga, produk, promosi terhadap keputusan pembelian kartu perdana flexi di Perumnas Sako Kenten Palembang.

1.4 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui pengaruh penetapan harga, produk dan promosi terhadap keputusan pembelian kartu flexi di Palembang.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Memberi informasi mengenai pengaruh strategi harga, produk dan promosi yang dilakukan oleh PT Telkom Flexi terhadap keputusan pembelian kartu perdana Flexi.
2. Dapat meningkatkan strategi yang harus dilakukan untuk meningkatkan dan mempertahankan pelanggan Flexi.
3. Memberi informasi, menambah wawasan mengenai segala sesuatu yang berkaitan dengan Flexi dan mengembangkan kemampuan penulis tentang melakukan sebuah penelitian yang baik.

1.6 Metodologi Penelitian

Adapun metodologi penelitian yang dilakukan sebagai berikut:

1.6.1 Variabel Penelitian

Variabel bebas penelitian ini adalah harga (X1), produk (X2), promosi (X3) dan variabel terikat adalah keputusan pembelian (Y).

1.6.2 Populasi dan Sampel

Pelanggan kartu flexi di Perumnas Sako Kenten Palembang merupakan populasi dengan jumlah sampel 100 responden.

1.6.3 Teknik Pengumpulan Data

Kuesioner dan riset kepustakaan.

1.6.4 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan secara kualitatif dan kuantitatif. Teknik analisis data secara kualitatif digunakan untuk menguji deskripsi variabel dan analisis data secara kuantitatif untuk menguji instrument (uji validitas dan uji realibilitas), metode analisis yang digunakan regresi linear berganda (uji normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas dan autokorelasi) dan uji hipotesis seperti uji t, uji f, koefisien korelasi dan koefisien determinasi.

1.6.5 Software Analisis Data

SPSS versi 11.5 dan Microsoft Office excel 2007.

1.7 Sistematika Penulisan

Berikut sistematika penulisan laporan penelitian skripsi:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini memuat latar belakang penelitian, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II PROFIL INSTITUSI DAN TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menguraikan tentang sejarah PT Telkom, visi dan misi, struktur organisasi, wewenang dan tanggung jawab, sejarah provider telekomunikasi di Indonesia, *provider* telekomunikasi flexi, landasan teori, ruang lingkup penelitian dan penelitian terdahulu.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini membahas mengenai flowchart metodologi penelitian, kerangka konseptual, teknik pengambilan sampel penelitian, indikator variabel dan indikator responden, teknik analisis data dan alat bantu pengembangan.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan mengenai data penelitian, teknik analisis data dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan dari analisis yang telah diuji dan saran dari hasil penelitian yang telah dilakukan.