

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Teknologi komunikasi yang semakin berkembang membuat komunikasi antar manusia yang satu dengan yang lainnya sangat bebas dan tidak terbatas. Komunikasi sendiri sekarang bisa dibantu dengan adanya internet. Dengan internet manusia mampu mengakses semua informasi dari seluruh penjuru dunia. Pada awal kemunculan internet, biaya internet sangatlah mahal. Hal ini dikarenakan masih menggunakan pulsa regular. Seiring berjalannya waktu, banyak perusahaan melakukan inovasi dengan menjadikan kuota internet dalam bentuk paket perdana dan voucher.

Penjualan paket perdana internet hingga saat ini menjadi usaha yang menjanjikan. Hal ini disebabkan karena meningkatnya penggunaan internet oleh banyak kalangan. Pada Januari 2022. Menurut data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tingkat penetrasi internet Indonesia mencapai 73,7% dari total populasi pada awal tahun 2022. Di bawah ini merupakan data pengguna internet di Indonesia dari tahun 2020-2022.

Tabel 1.1 Jumlah Pengguna internet

Tahun	Pengguna Intenet (Juta orang)
2020	196,7
2021	203
2022	204,7

Sumber : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2022)

Berdasarkan tabel diatas maka diketahui bahwa pengguna internet di Indonesia pada 3 tahun terakhir mengalami peningkatan pada setiap tahunnya. Peningkatan yang menonjol berada pada tahun 2022 hal ini karena munculnya Covid-19 yang memaksa masyarakat Indonesia untuk bekerja di rumah secara daring.

Paket perdana internet sekarang sudah menjadi kebutuhan bagi setiap orang, karena selain digunakan untuk berinteraksi dengan orang lain, internet juga digunakan untuk pekerjaan, pendidikan dan lain-lain. Maka dari itu setiap orang wajib memiliki jaringan internet yang stabil. Dengan semakin banyaknya pengguna internet di Indonesia semakin banyak juga berdiri konter yang menjual paket perdana internet sehingga menyebabkan persaingan dalam penjualan semakin ketat.

Salah satunya Konter WM Cell yang menjual berbagai jenis kartu pedana dan voucer internet dari mulai yang termurah sampai yang termahal tergantung jumlah kuota yang ada didalamnya.

Semakin banyaknya persaingan dari waktu ke waktu pendapatan yang diraih oleh WM Cell tidak selalu mengalami kenaikan. Hal ini disebabkan oleh adanya faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian di WM Cell.

Pendapatan menurut Kartikahadi, dkk (2012:186) kenaikan manfaat ekonomi selama satu periode akuntansi dalam bentuk pemasukan atau penambahan aset atau penurunan kewajiban yang mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanam modal. Jadi pendapatan yaitu penghasilan seseorang bisa dari hasil bekerja ataupun hasil penjualan barang dagang.

Faktor pendapatan sangat mempengaruhi keputusan pembelian seseorang untuk membeli Voucher kuota. Karena pendapatan menentukan daya beli seseorang. Orang yang berpenghasilan tinggi akan mengkonsumsi barang-barang dengan jumlah harga yang mahal dengan kuota yang besar, sedangkan orang yang berpenghasilan pas-pasan akan mengkonsumsi barang sesuai dengan kebutuhan dasarnya.

Variasi produk. Menurut Mikael Hang Suryanto S.E., M.M. (2016), variasi produk adalah keragaman produk yang ditawarkan. Perusahaan harus mempelajari perilaku konsumen dari target pasar yang dituju sehingga produk yang dihasilkan mendapat respons efektif dari konsumen. Penelitian tentang siapa yang ada di pasar konsumen, apa yang dibeli konsumen, ketika mereka membeli, siapa yang terlibat dalam pembelian, mengapa konsumen membeli dan bagaimana mereka membeli adalah analisis pasar yang terkait erat dengan konsumen. Konsumen akan menuntut berbagai produk sehingga akan ada banyak pilihan bagi konsumen untuk menentukan produk yang akan dibeli. Bagi konsumen, variasi produk akan menentukan keputusan mereka untuk membeli produk.

Promosi juga tak kalah penting dalam meningkatkan penjualan dan meyakinkan keputusan pembelian pelanggan. Promosi yang menarik dan variatif dapat mempengaruhi konsumen dalam memilih produk mana yang sangat cocok untuk di beli.

Faktor yang sangat penting yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah faktor harga. Setelah mengembangkan struktur dan strategi penetapan harga, perusahaan sering kali menghadapi situasi dimana mereka harus melakukan

perubahan harga atau merespon perubahan harga yang dilakukan pesaing. Menurut Lupiyoadi (2011:61) Strategi penentuan harga (*pricing*) sangat signifikan dalam pemberian *value* kepada konsumen dan mempengaruhi image produk, serta keputusan konsumen untuk membeli. Harga juga berhubungan dengan pendapatan dan turut mempengaruhi *supply* atau *marketing channels*.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2008), keputusan pembelian adalah proses integrasi yang digunakan untuk mengombinasikan pengetahuan, mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih satu diantaranya. Artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan, haruslah tersedia beberapa alternatif pilihan. Keputusan untuk membeli dapat mengarah kepada bagaimana proses dalam pengambilan keputusan tersebut itu dilakukan. Banyak faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk. Oleh karena itu pengusaha harus jeli dalam melihat faktor-faktor apa saja yang harus diperhatikan untuk menarik konsumen.

Berdasarkan fenomena diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Pendapatan, Variasi Produk, Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian *Voucher* Kuota (Survei pada Konsumen *Voucher* Kuota di WM Cell Kp. Pasiripis, RT.03 / RW.04, Desa. Padakembang, Kec. Padakembang, Kab. Tasikmalaya).**

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang diatas maka identifikasi yang akan penulis teliti ada sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan konsumen tentang pendapatan, variasi produk, promosi, harga dan keputusan pembelian *voucher* di WM Cell?
2. Bagaimana pengaruh pendapatan, variasi produk, promosi, dan harga secara parsial terhadap keputusan pembelian *voucher* di WM Cell?
3. Bagaimana pengaruh pendapatan, variasi produk, promosi, dan harga secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian *voucher* di WM Cell?
4. Faktor apakah yang dominan mempengaruhi keputusan pembelian *voucher* di WM Cell?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka peneliti mempunyai tujuan sebagai berikut:

- 1.1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh pendapatan, variasi produk, promosi, harga secara parsial terhadap keputusan pembelian *voucher* di WM Cell.
- 1.2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh pendapatan, variasi produk, promosi, dan harga secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian *voucher* di WM Cell.
- 1.3. Untuk mengetahui faktor apakah yang dominan mempengaruhi keputusan pembelian *voucher* di WM Cell.

1.4. Kegunaan Hasil Penelitian

1. Bagi penulis

Penelitian ini sebagai sarana menambah wawasan ilmu pengetahuan di bidang usaha konter pulsa.

2. Bagi masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh pihak masyarakat atau konsumen sebagai bahan masukan memberi informasi dan pertimbangan selanjutnya mengenai pendapatan, variasi produk, promosi, dan harga dalam hal keputusan pembelian dalam membeli *voucher* kuota.

3. Bagi pelaku usaha

Hasil penelitian ini dapat dijadikan gambaran dan sebagai bahan perbandingan bagi pelaku usaha untuk dapat mempelajari mengenai pendapatan, variasi produk, promosi, harga dan keputusan pembelian pada suatu usaha konter pulsa.

1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan pada konsumen *voucher* kuota di WM Cell.

1.5.1 Jadwal Penelitian

Penelitian dilaksanakan mulai dari Bulan November 2021 sampai Mei 2022 untuk lebih jelasnya, kegiatan penelitian terlampir.

Tabel 1.1 Jadwal Penelitian

Aktivitas	November 2021				Desember 2021				Januari 2022				Februari 2022				Maret 2022				April 2022				Mei 2022				Juni 2022				Juli 2022			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengajuan Judul	■	■																																		
Penyusunan UP			■	■																																
Bimbingan UP					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Seminar UP																																				
Revisi UP																																				
Aktivitas	Agustus 2022				September 2022				Oktober 2022				November 2022				Desember 2022				Januari 2023				Februari 2023				Maret 2023				April 2023			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Penelitian	■	■																																		
Pengolahan Data			■	■																																
Penyusunan Skripsi					■	■	■	■																												
Bimbingan Skripsi					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Sidang Skripsi																									■	■										
Revisi Skripsi																									■	■										