

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi pada era saat ini sangat berkembang pesat dan membantu kehidupan manusia untuk berinteraksi satu sama lain tanpa dibatasi oleh jarak dan waktu. Kemudahan yang diberikan oleh teknologi tersebut mencakup banyak hal serta merambah berbagai aspek kehidupan, mulai dari bisnis hingga pendidikan. Pada prinsipnya teknologi ini berkembang untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia agar dalam kehidupannya dapat lebih mudah berkomunikasi ataupun melakukan sesuatu. Salah satu meningkatnya teknologi komunikasi yaitu berkembangnya teknologi seluler. Tingginya keperluan masyarakat untuk komunikasi kapan pun serta dimana pun merupakan adanya teknologi seluler ini.

Telekomunikasi di era globalisasi yang berkembang sangat pesat kini telah menjadi sarana yang sangat penting bagi kehidupan di setiap aspeknya. Berkembangnya bisnis *simcard* saat ini sudah memperlihatkan suatu hal, yaitu dengan banyaknya dan beragam macam produk *simcard* yang dibuat oleh perusahaan *simcard* karena semakin pesatnya perkembangan produk telepon pintar yang begitu cepat. Pengembangan produk *simcard* yang sangat cepat ini terutama terletak pada harga dan fasilitasnya yang ditawarkan operator. Semakin beragamnya fasilitas yang ditawarkan dan harga yang bersaing perusahaan *simcard* akan membuat para customer bebas memilih *simcard* yang sesuai dengan keperluan mereka.

Persaingan pasar operator seluler untuk menjaga para customernya agar tetap setia dan menarik customer baru jadi sangat menguntungkan bagi masyarakat. Para customer dimanjakan dengan adanya persaingan tarif karena antar operator berlomba-lomba menurunkan tarif mereka untuk menarik customer. Persaingan ini memberikan menawarkan produknya, customer bisa memilih sesuai keperluan mereka. Apalagi dengan murahnya harga kartu perdana terpacunya para customer bisa berganti kartu sesering mungkin. Selain berganti

kartu perdana, customer juga berpindah-pindah merek operator pada setiap saat pembeliannya serta ada yang memakai tidak hanya satu merek operator saja.

Berkembangnya pangsa pasar untuk handphone seluler berteknologi GSM tidak hanya terjadi untuk pelaku bisnis namun juga kepada masyarakat umum, contohnya mahasiswa dan pelajar, mereka lebih sering menggunakan komunikasi melalui media internet dan secara elektronik yang tersedia pada jaringan seluler.

Berkembangnya penggunaan *simcard* dikalangan masyarakat membuat terjadinya persaingan antar operator GSM untuk merebut minat dari masyarakat. Semakin banyak pilihan *simcard* dipasaran membuat customer mempunyai banyak alternatif produk yang dapat memenuhi kebutuhan mereka akan jasa berdampak kepada perilaku customer untuk mencoba merek baru agar memaksimalkan manfaat atau ketidak puasan dan mengurangi rasa bosan customer atas produk yang muncul dipasaran pada saat ini. Hal ini membuat customer mudah beralih dari satu merek *simcard* ke *simcard* lainnya.

Table 1 Index Top Brand Awards

Merek	Tahun			Keterangan
	2016	2017	2018	
Simpaty	35.5%	34.6%	39.7%	TOP
IM3	15.4%	13.6%	14.4%	TOP
XL Prabayar	14.8%	13.4%	12.7%	TOP
TRI 3	11.3%	11.4%	9.4%	-
Kartu AS	10.4%	8.6%	8.3%	-

Sumber: *Top Brand Award* Tahun 2016-2018

Berdasarkan data tabel 1 terlihat bahwa kartu perdana Simpaty masih menduduki peringkat pertama pada indeks Top Brand *Simcard* Prabayar dalam 3 tahun terakhir, namun pada tahun 2017 mengalami penurunan sedangkan pada tahun 2018 mengalami peningkatan yang sangat signifikan yang menyebabkan presentase mengalami fluktuatif. Pada tahun 2016 ke 2017 terjadi penurunan dari 35.5% menjadi 34.6% atau turun sebesar 0.9%. namun, pada tahun 2018 mengalami peningkatan presentase dari 34.6% menjadi 39.7% atau naik sebesar 5.1%.

Pada tabel 1 terlihat bahwa kartu XL Axiata, TRI 3 dan Karu AS pada 3 tahun berakhir mengalami penurunan dengan persentase XL Axiata dari semula

14.8%, 13.4% dan persentase terkecil 12.7% begitu pun dengan *Simcard* TRI 3 yang semula 11.3%, 11.4% dan terkecil pada 2018 persentase sebesar 9.4% disusul pula dengan *Simcard* Kartu AS yang mengalami penurunan dari tahun ke tahun mempunyai persentase yang semulanya 10.4% turun menjadi 8.6% dan paling kecil pada 2018 persentase sebesar 8.3%, pada 3 tahun terakhir *Simcard* tersebut mengalami penurunan yang sangat signifikan.

Table 2 Perkembangan Jumlah Pelanggan Provider Kartu Seluler Di Indonesia Sejak Tahun 2016 – 2018 (Dalam Jutaan)

No	Merek (Simcard GSM)	Jumlah Pelanggan		
		2016	2017	2018
1	Simpati	157.4	178	192.8
2	IM3	80.5	96.4	96.1
3	Tri 3	55.5	56.8	52.4
4	XL Prabayar	46	50.5	50.1

Sumber <https://databoks.katadata.co.id/>

Dari tabel 2 diatas dapat dilihat bahwa jumlah pelanggan kartu seluler di Indonesia dari berbagai merek dari tahun 2016 – 2018 mengalami fluktuasi setiap tahunnya ini mengidentifikasi bahwa adanya perpindahan merek yang awalnya konsumen menggunakan kartu seluler merek tertentu kemudian pindah ke merek lain, dapat dilihat bahwa pada tahun 2018 ketiga operator *simcard* yaitu IM3, TRI 3 dan XL Axiata mengalami penurunan pada customer pengguna ketiga operator katu seluler tersebut. Perkembangan pengguna *simcard* Simpati pada tiap tahunnya mengindikasikan terjadi perpindahan merek dari *simcard* lain ke pengguna *simcard* Simpati.

Table 3 Jumlah Penduduk Kelurahan Ciganjur (Per 31 Desember 2018)

Kelurahan	LK	P	Jumlah Penduduk
Ciganjur	21.898	21.005	42.903

Sumber: Laporan Badan Pusat Statistik Kota Jakarta Selatan

Berdasarkan tabel 3 diatas laporan badan statistik kota Jakarta Selatan pada tahun 2018, jumlah penduduk di Kelurahan Ciganjur pada tahun 2018 adalah sebanyak 42.903 jiwa. Banyaknya jumlah penduduk di Kelurahan Ciganjur dan pesatnya perkembangan teknologi terutama dibidang komunikasi membuat akan

kebutuhan telekomunikasi telepon genggam dan kartu seluler simcard meningkat. Ditambah dengan cepatnya pengetahuan dan faktor lainnya yang mendukung masyarakat Kelurahan Ciganjur untuk menggunakan kartu seluler simcard.

Beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan mengenai Pengaruh Kualitas produk, Harga dan Iklan terhadap Perpindahan Merek masih terdapat perbedaan hasil penelitian. Ada beberapa penelitian yang menyatakan bahwa variabel Kualitas produk, Harga dan iklan berpengaruh terhadap perilaku perpindahan merek dan juga ada yang menyatakan bahwa variabel tersebut tidak berpengaruh terhadap perilaku perpindahan merek, yaitu diantaranya hasil penelitian yang dilakukan oleh Amrina Rasyada Suwandi, Whyosi Septrizola (2015), dalam penelitiannya menyatakan bahwa variabel Iklan berpengaruh tidak signifikan terhadap perpindahan merek dan perilaku mencari variasi berpengaruh secara signifikan terhadap perpindahan merek.

Denny Okkyana Prihsani, Saryadi & Reni Shinta Dewi (2015) melakukan penelitian dengan judul faktor-faktor yang mempengaruhi Knsumen dalam melakukan Perpindahan Merek dari IM3 ke Merek lain (Studi kasus pada Mahasiswa S1 FISIP Universitas Diponegoro Semarang) dengan hasil penelitian bahwa variabel Harga, Kualitas Produk, Iklan , dan Gaya Hidup dapat berpengaruh Signifikan Terhadap perpindahan merek.

Ana Nurjanah (2016) yang berjudul faktor-faktor yang berpegaruh terhadap perilaku perpindahan merek pada kartu seluler dengan hasil penelitian bahwa variabel harga tidak signifikan terhadap perpindahan merek. Kemudian hasil dari promosi, kepuasan Variety Seeking, dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap perilaku perpindahan merek.

Berdasarkan fenomena yang sudah dijelaskan diatas dan dengan adanya *gap research* dari penelitian terdahulu yang memberikan hasil yang tidak sama. Jadi, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Iklan Terhadap Perpindahan Merek Dari *Simcard* Merek Lain Ke Pengguna *Simcard* SIMPATI (Studi Pada Persepsi Masyarakat Kelurahan Ciganjur Jakarta Selatan)”**

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat merumuskan masalah sebagai berikut :

- a. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap perilaku perpindahan merek dari simcard merek lain ke pengguna Simpati ?
- b. Apakah harga berpengaruh terhadap perilaku perpindahan merek dari simcard merek lain ke pengguna Simpati ?
- c. Apakah iklan berpengaruh terhadap perilaku perpindahan merek dari simcard merek lain ke pengguna Simpati ?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah dalam penelitian ini, jadi tujuan dari penelitian ini yaitu

- a. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap perilaku perpindahan merek dari simcard merek lain menjadi pengguna Simpati.
- b. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap perilaku perpindahan merek dari simcard merek lain menjadi pengguna Simpati.
- c. Untuk mengetahui pengaruh Iklan terhadap perilaku perpindahan merek dari simcard merek lain menjadi pengguna Simpati.

## 1.4 Manfaat Hasil Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bermanfaat bagi berbagai pihak baik secara teoritis ataupun secara praktis, adapun manfaat penelitian ini yaitu:

- a. Aspek Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengemban ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang manajemen pemasaran dan juga penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya.

b. Aspek Praktis

Penelitian diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan dan acuan bagi pelaku bisnis dalam melakukan pengelolaan merek untuk perkembangan perusahaan kedepan dan bahan pertimbangan strategi dalam rangka memenagkan pasar.

