

FAKTOR-FAKTOR YANG DIPERTIMBANGKAN KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PAKET DATA INTERNET

Syaroni¹, Muhammad Hadini², Dwi Wahyu Artiningsih³

¹Manajemen, 61201,Fakultas Ekonomi,Universitas Islam Kalimantan MAB,16310189

²Manajemen, 61201,Fakultas Ekonomi,Universitas Islam Kalimantan MAB,1129077101

³Manajemen, 61201,Fakultas Ekonomi,Universitas Islam Kalimantan MAB,O61702981

ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam pembelian kartu paket data internet. Populasinya adalah masyarakat Tembus Mantuil Banjarmasin Selatan. Jumlah sampel yang digunakan adalah 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik purposive sampling. Instrumen pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif. Dari hasil penelitian diketahui bahwa faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam pembelian kartu paket data secara berurutan : (1) Program kartu paket data, (2) Kemudahan kartu di dapatkan, (3) Jenis kartu bervariasi, (4) Harga jual, (5) Bonus layanan internet, (6) Kemasan kartu, (7) Tarif internet, (8) Keluasan dan kekuatan, (9) Ketersediaan jaringan 4G, (10) Desain yang menarik, (11) Bonus SMS dan telepon (12) Masa aktif kartu, (13) Pulsa awal perdana dan (14) promosi.

Kata Kunci : Faktor-Faktor Pembelian, keputusan pembelian, paket data internet.

ABSTRACT

This study aims to identify factors considered by consumers in purchasing internet data packet card. The population is the Tembus Mantuil South Banjarmasin community. The sample size of this research was 100 respondents. The sampling technique used was purposive sampling. The data collection techniques used was questionnaire. The technique of data analysis used was descriptive qualitative analysis. The Data were analyzed using Microsoft Office Excel. The result of this research shows that consumers considered the following factors in order (1) the program of the internet card (2) the ease of acquire (3) the variety of card type (4) the card selling price (5) the internet service bonus (6) card packaging (7) the internet tariff (8) the average and strength of the network (9) 4G network (10) attractive design (11) free short message and phone call (12) the length of active card periode (13) initial value of the starter pack and (14) the promotion.

Keyword : Factors Considered, Purchasing Consideration, Internet Service Package.

PENDAHULUAN

Di era globalisasi handphone atau telepon genggam bukan barang mewah untuk sebagian orang. Banyak masyarakat yang telah mengenal serta memiliki alat komunikasi tersebut. Handphone menjadi alat komunikasi pilihan masyarakat karena sifatnya yang praktis untuk dibawa kemana-mana. Namun dengan berjalannya zaman fungsi dari handphone bukan hanya sebagai alat

komunikasi. Handphone merupakan telepon yang menyediakan fungsi asisten personal serta fasilitas internet connection yang bisa menghubungkan pengguna dengan dunia maya seperti melalui media sosial dan lain-lain. Perusahaan riset Internasional Data Corporation (IDC) menerbitkan laporan mengenai data penjualan smartphone sepanjang tahun 2015. Laporan tersebut menyebutkan bahwa hingga tahun lalu

berakhir, pengiriman smartphone secara global mencapai angka 1,43 miliar unit. Angka ini menunjukkan peningkatan 10,1% dibandingkan tahun lalu. Penggunaan smartphone tidak jauh dari penggunaan paket data atau sering kita sebut dengan paket kuota. Kuota paket internet digunakan konsumen untuk dapat mengakses internet, seperti chatting, mencari informasi dan hiburan. Kuota dalam paket adalah batasan paket yang diberikan operator yang mana pelanggan dapat menggunakannya untuk akses internet. Kuota dalam paket ini umumnya benar-benar batasan kita untuk dapat mengakses internet (<http://kartuinternetmurah.com/apa-itu-kuota-dalam-paket-internet/>). Kartu paket data untuk sekarang ini banyak dan mempunyai keunggulan masing-masing sehingga seorang konsumen mempunyai keleluasaan untuk memilih merek sesuai dengan keinginannya. Beberapa konsumen akan berganti-ganti paket data sampai ia menemukan apa yang diinginkannya yaitu kemudahan dalam mengakses internet. Kemudahan mengakses internet akan menjadi point plus untuk suatu operator. Suatu perusahaan akan sukses jika perusahaan berorientasi pada keinginan konsumen yang bertujuan untuk memuaskan konsumen. Strategi yang baik dan kompetitif akan menetapkan suatu perusahaan berjalan. Prilaku konsumen adalah studi bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan menempatkan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka (Kotler dan Keller, 2008:214). Pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya (Setiadi, 2010:332). Beberapa penelitian terdahulu yang pernah dilakukan oleh (Aditya Wijayanto:2011) yang berjudul "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Jember Dalam Pembelian Kartu Perdana Prabayar Merek IM3 Di Jember" mengatakan harga kartu perdana, tarif sms,

telepon dan tarif layanan internet, sinyal kuat, bonus telepon, sms, bonus pulsa kartu perdana, bonus layanan internet, memiliki pengaruh yang nyata dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Jember dalam pembelian kartu perdana prabayar merek IM3, sedangkan masa aktif kartu tidak memiliki pengaruh yang nyata atau tidak signifikan terhadap keputusan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Jember dalam pembelian kartu perdana prabayar merk IM3 di Jember.

Penelitian terdahulu yang pernah dilakukan oleh (Syukrul Ikhsan:2012) yang berjudul "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Membeli Bagi Pengguna Kartu GSM As" mengatakan bahwa variabel faktor produk, faktor harga, faktor distribusi dan faktor promosi mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Dari keempat faktor tersebut diketahui bahwa variabel produk mempunyai pengaruh yang dominan untuk keputusan pembelian dibandingkan faktor harga, faktor distribusi dan faktor promosi.

Penelitian yang dilakukan oleh (Persulesy:2008) yang berjudul "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Operator Seluler" menunjukkan bahwa merek dan harga tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih operator seluler. Sedangkan kualitas dan promosi mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen memilih operator seluler.

Metode penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian ini ingin menggambarkan sejumlah variabel dengan aspek-aspek yang dipertimbangkan tanpa harus mempersoalkan hubungan antar variabel. Penelitian deskriptif yaitu untuk mengetahui fenomena dialami subjek penelitian contohnya saja tentang perilaku, tindakan atau yang lainnya. Dalam

penelitian ini penulis ingin mengetahui faktor apa saja yang dipertimbangkan seorang konsumen dalam keputusan pembelian kartu paket data.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif responden ini dilakukan untuk menganalisis data yang berhubungan dengan identitas-identitas responden yang meliputi jenis kelamin, pendapatan atau uang saku perbulan, jumlah handphone yang dimiliki, kartu yang digunakan untuk SMS dan telepon, dan Kartu yang digunakan untuk paket Internet.

a. Jenis Kelamin

Berdasarkan Gambar V.1 dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang dijadikan sampel penelitian terdapat 64 responden (64%) berjenis kelamin laki-laki, sedangkan 36 responden (36%) berjenis kelamin perempuan.

b. Pendapatan atau Uang Saku Perbulan

Berdasarkan Gambar V.2 diatas, menunjukkan bahwa responden yang berpendapatan atau memiliki uang saku/bulan Rp.500.000 – Rp.999.999 sebesar 58 responden, berpendapatan atau memiliki uang saku/bulan Rp.1.000.000 – Rp.1.499.999 sebesar 26 responden, berpendapatan atau memiliki uang saku/bulan Rp.1.500.000 – Rp.2.000.000 sebesar 8 responden, berpendapatan atau memiliki uang saku/bulan \geq Rp.2.000.000 sebesar 8 responden.

c. Jumlah Handphone yang dimiliki

Berdasarkan Gambar V.3 dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang dijadikan sampel terdapat 69 responden, memiliki

Handphone 1 buah, 23 responden memiliki Handphone 2, 6 responden memiliki Handphone 3 dan 2 responden memiliki Handphone lebih dari 3

d. Kartu Yang Digunakan Untuk Internetan

Berdasarkan Gambar V.4 dapat diketahui bahwa ada 28 responden memakai Tri, 18 responden memakai Telkomsel, 17 responden memakai IM3 Ooredoo, 20 responden memakai XL, responden 15 memakai Axis dan sisanya sebesar responden 2 memakai Smartfren.

e. Kartu Yang Digunakan Untuk SMS dan Telepon

Berdasarkan Gambar V.5 dapat diketahui bahwa ada 23 responden memakai Tri, 17 responden memakai Telkomsel, 21 responden memakai IM3 Ooredoo, 22 responden memakai XL, responden memakai Axis dan sisanya sebesar responden 2 memakai Smartfren.

2. Analisis Deskriptif Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Konsumen Dalam Pembelian Kartu Paket Internet.

Analisis deskriptif faktor-faktor ini dilakukan untuk menganalisis data yang berhubungan dengan faktor apa saja yang dipertimbangkan konsumen dalam pembelian kartu paket data internet.

Berdasarkan gambar V.6 dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang mengisi kuisioner mengatakan bahwa faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam pembelian kartu paket internet adalah sebagai berikut :

faktor program kartu paket data sebesar 96, faktor kartu mudah ditemui sebesar 95, faktor jenis kartu bervariasi sebesar 91, faktor harga jual sebesar 88, faktor bonus layanan

internet sebesar 85, faktor kemasan kartu sebesar 84, faktor tarif internet sebesar 83, faktor jaringan luas dan kuat sebesar 73, faktor jaringan 4G sebesar 72, faktor desain yang menarik sebesar 70, faktor bonus sms dan telepon sebesar 68, faktor masa aktif kartu sebesar 68, faktor pulsa awal perdana sebesar 58 dan faktor promosi sebesar 34.

PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui faktor-faktor apa saja yang dipertimbangkan konsumen dalam pembelian kartu paket data internet. Berdasarkan hasil karakteristik responden diketahui bahwa sebagian besar responden berjenis kelamin laki-laki sebesar 64 orang. Sedangkan berdasarkan jumlah pendapatan atau uang saku per bulan, sebagian besar didominasi oleh responden yang berada pada pendapatan atau uang saku per bulan sebesar Rp.500.000 s/d Rp.999.999 per bulan sebanyak 58 orang.

Berdasarkan jumlah handphone yang dimiliki, sebagian besar didominasi oleh responden yang memiliki jumlah handphone 1 yaitu sebesar 69 orang. Berdasarkan kartu yang digunakan untuk internetan didominasi oleh responden yang menggunakan kartu Tri sebesar 28 orang serta berdasarkan kartu yang digunakan untuk SMS dan Telepon didominasi oleh responden yang menggunakan kartu Tri yaitu sebesar 23 orang.

Berikut urutan faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam pembelian kartu paket data internet :

1. Faktor program kartu paket data internet.
2. Faktor kartu yang mudah ditemui
3. Faktor jenis kartu bervariasi
4. Faktor harga

5. Faktor bonus layanan internet
6. Faktor kemasan kartu
7. Faktor tarif internet
8. Faktor jaringan luas dan kuat
9. Faktor jaringan 4G
10. Faktor desain yang menarik
11. Faktor bonus sms dan telepon
12. Faktor masa aktif kartu
13. Faktor pulsa awal perdana
14. Faktor promosi

Faktor program kartu paket data, contohnya saja seperti program memaketkan pulsa untuk layanan internet, kemudahan dalam pengecekan pulsa serta kuota internet. Faktor kartu yang mudah ditemui adalah kemudahan konsumen dalam mendapatkan kartu paket data internet.

Faktor jenis kartu bervariasi adalah macam dari kartu paket data yang beragam. Faktor harga jual kartu di pasar murah atau mahal disesuaikan dengan produk yang ada. Dan faktor yang terakhir adalah faktor bonus layanan yang internet yang diberikan kepada konsumen secara cuma-cuma diluar jumlah nilai kuota yang tertera dikartu. Dalam penelitian ini faktor pulsa awal perdana dan promosi kurang dipertimbangkan konsumen dalam pembelian kartu paket data. Promosi yang dimaksud oleh penulis disini adalah promosi dari teman-teman, dan ternyata faktor ini kurang dipertimbangkan oleh konsumen.

PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis pada Bab IV maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis data dapat diketahui bahwa mayoritas responden yang memiliki smartphone dan memakai kartu paket data data berjenis kelamin laki-laki sebesar 64 orang. Serta responden rata-rata memiliki pendapatan atau uang saku

- perbulan Rp.500.000 s/d Rp.999.999 perbulan sebanyak 58 orang. Berdasarkan jumlah Handphone yang dimiliki, rata-rata responden memiliki 1 buah Handphone sebesar 69 orang. Berdasarkan kartu yang digunakan konsumen untuk internet, konsumen menggunakan kartu Tri untuk Internetan sebesar 28 orang. Dan kartu yang digunakan responden untuk telepon dan SMS adalah kartu Tri sebesar 23 orang.
2. Berdasarkan hasil analisis diatas dapat diketahui bahwa faktor yang paling besar yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam pembelian kartu paket data internet adalah faktor program kartu paket data dan faktor yang paling kecil dipertimbangkan konsumen dalam pembelian kartu paket data adalah faktor promosi.

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, Gery dan Kolter, Philip. 2014. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Afini, Ayu.2016.*Analisis Relasional Celebrity Endorser, Brand Image,Dan kepercayaan Konsumen Dengan Alasan pembelian Kosmetik Korea*. Skripsi FE Universitas Sanata Dharma.
- Giting,Istapanusta.2013. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Facial Foam Merek Nivea*. Skripsi FE Universitas Sanata Dharma.
- Ikhsan, Syukrul. 2012. *Faktor-Faktor Yang MempengaruhiPengambilanKeputusan Membeli Bagi Pengguna Kartu GSM*. As. Skripsi FE Universitas Mulawarman Samarinda.
- Kolter, Philip.1989. *Manajemen pemasaran*. Edisi 5 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*: Jilid 1. Edisi Milenium. Jakarta: Prehallindo.
- Kotler dan Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12, Jilid. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane, Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta:Erlangga.
- McCarthy, Jerome, dan William D. 1993 (terj.David Octarevia). *Dasar-Dasar Pemasaran* Perreault. Edisi 5. Jakarta: Erlangga.
- Nitisemito,AlexS.1981.*Marketing*.Kudus:Ghalia Indonesia.
- Persulesy, Grace. 2008. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Operator Seluler*. Skripsi FE Universitas Kristen Indonesia Maluku.
- Permatasari,Aisyah. 2016.*Pengaruh Persepsi KonsumenPada Promosi Penjualan Terhadap Kecenderungan Perilaku Pembelian Tidak Terencana*.Skripsi FEUniversitas Sanata Dharma.
- Swastha DH, Basu. 1984. *Azas-Azas Marketing*, Edisi Ketiga. Yogyakarta: Liberty.
- Setiadi, Nugroho. 2010. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta Bandung.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Wijayanto,Aditya.2011.*Analisis FaktorFaktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Jember Dalam Pembelian Kartu Prabayar Merek IM3Di Jember*.Skripsi FEUniversitas Jember.