

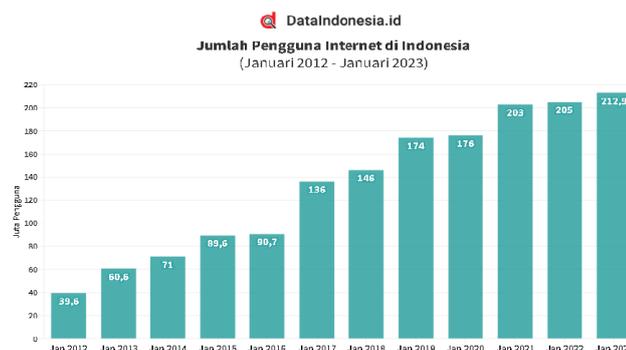
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis kini semakin dinamis seiring dengan semakin meningkatnya permintaan masyarakat terhadap produk dan jasa untuk memenuhi segala kebutuhannya. Salah satu bentuk perkembangan jaringan komputer adalah Internet. Banyak pelaku bisnis sekarang memanfaatkan layanan internet untuk berjualan dan mendatangkan pelanggan, Contohnya seperti berjualan produk/jasa dengan *Live Streaming* pada media sosial atau *marketplace* yang ada.

Perkembangan perekonomian yang menyeluruh diiringi dengan perkembangan teknologi yang sangat pesat membuat persaingan semakin kompetitif dan mengharuskan para pelaku bisnis mengikuti pasar sesuai dengan era-nya. Telekomunikasi Menjadi Faktor penting bagi kehidupan manusia saat ini dimana teknologi komunikasi dapat memberikan alternatif untuk melakukan aktivitas komunikasi dan pengambilan informasi secara efektif dan efisien. Jumlah Pengguna Internet di Indonesia



Sumber: DataIndonesia.id

Berdasarkan gambar 1.1 informasi diatas yang mengacu pada laporan survei We Are Social, Jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 212,9 juta pada Januari 2023. ini berarti sekitar 77% dari populasi Indonesia telah menggunakan Internet. Jumlah pengguna internet pada Januari 2023 lebih tinggi 3,85% dibanding setahun lalu. pada Januari 2022, jumlah pengguna internet di Indonesia tercatat sebanyak 205 juta jiwa. Melihat tren nya, jumlah pengguna internet di Indonesia terus tumbuh setiap tahun.

Banyaknya kebutuhan akses internet menyebabkan mulai bermunculnya perusahaan-perusahaan penyedia jasa layanan internet (*Internet Service Provider (ISP)*). Adapun beberapa produk layanan *Internet Service Provider* yang dimiliki perusahaan telekomunikasi di Indonesia seperti Biznet, PT. Supra Primatama Nusantara (Biznet) merupakan perusahaan yang fokus di bidang telekomunikasi dan multimedia, yang memiliki komitmen untuk membangun infrastruktur modern dengan tujuan mengurangi kesenjangan digital Indonesia dengan negara berkembang lainnya. Biznet memiliki dan mengoperasikan jaringan *Fiber Optic* terpanjang dan *Data Center* terbesar di Indonesia.

Tabel 1. 1 Top Brand Internet Service Provider Di Indonesia

Produk	2021	2022	2023-
INDIHOME	34.60%	33.80%	40.20%
FIRST MEDIA	24.20%	26.30%	25.90%

BIZNET	10.80%	17.70%	18.30%
HOME			

Sumber: Top Brand Awards

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas menunjukkan bahwa Biznet Home salah satu jasa penyedia layanan internet yang cukup banyak di gunakan di Indonesia dan membuktikan bahwa Biznet Home bisa bersaing dengan perusahaan layanan internet lain nya, namun sayangnya biznet memiliki jangkauan *coverage* jaringan Internet yang kurang luas di beberapa Kota di Indonesia.

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia



Sumber: DataIndonesia.Id

Berdasarkan gambar 1.2 di atas pengguna media sosial Indonesia cukup tinggi, masyarakat Indonesia sendiri menggunakan media sosial untuk berbagai kepentingan, yaitu salah satu nya untuk mencari tentang informasi suatu produk/

jasa. Media sosial memudahkan konsumen dalam melakukan pertukaran informasi dengan konsumen lainnya, hal ini yang bisa berpengaruh pada Keputusan berdasarkan saran dari orang-orang disekitar yang telah mengenal suatu produk atau jasa tertentu. Fenomena tersebut dalam bahasa pemasaran modern disebut *electronic word of mouth (eWOM)* atau *WOM* online.

Menurut See-To dan Ho (2014), dengan berkembangnya internet dan media sosial *electronic word of mouth (eWOM)* merubah perilaku dan keputusan seseorang, dimana banyak orang yang menggunakan opini orang lain dan rekomendasi untuk melakukan pembelian dan bahkan informasi elektronik digunakan sebagai pertimbangan untuk melakukan pembelian. *Electronic word of mouth (eWOM)* juga mendorong orang untuk mengumpulkan informasi tentang produk dan jasa yang diinginkan yang tidak hanya dikumpulkan melalui orang yang dikenal tetapi juga dari orang lain dalam lingkup besar yang sudah menggunakan produk atau jasa tersebut dan secara kolektif dapat mendorong dalam niat beli konsumen (Tariq et al, 2017).

Kebanyakan keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh online rating dan komentar orang lain (Cheung, 2014). *Electronic word of mouth (eWOM)* yang baik memberikan pengaruh besar terhadap timbulnya niat beli konsumen. *Electronic Word of Mouth* juga akan berpengaruh terhadap pertimbangan calon konsumen dalam melakukan pembelian. Rekomendasi konsumen lain yang sudah melakukan pembelian, dan menulis ulasan produk di media sosial berkaitan dengan

kualitas dan pelayanan membuat konsumen menjadi memiliki keputusan untuk melakukan pembelian maupun tidak.

Kualitas merupakan salah satu faktor penting yang akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Kualitas melingkupi berbagai aspek dalam perusahaan yang harus bersaing dengan perusahaan lainnya. Salah satu kualitas yang sangat diperhatikan oleh konsumen yaitu kualitas pelayanan.

Menurut Tjiptono dan Anastasya dalam Rusdiana (2014:216), kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Jika konsumen merasa harapan kurang terpenuhi, artinya konsumen merasa kecewa, kemungkinan besar konsumen akan berhenti membeli atau mencari kebutuhan yang diinginkan ditempat lain.

Kualitas pelayanan menjadi faktor yang penting yang akan menjadi pertimbangan konsumen dalam memutuskan untuk membeli suatu produk/jasa sehingga terjadi Keputusan Pembelian. Apabila kualitas pelayanan suatu perusahaan baik maka akan membuat konsumen menjadi loyal sehingga konsumen tersebut dapat merekomendasikan produk/jasa perusahaan ke orang lain secara langsung maupun menulis ulasan yang baik di internet/media sosial, Dalam penelitian ini kualitas pelayanan Biznet terdapat masalah yang sering di alami oleh pelanggan Biznet, Dalam sebuah artikel pada situs website (mediakonsumen.com) menginformasikan bahwa pelanggan Biznet Home banyak yang mengeluhkan tentang pelayanan. Seperti pelayanan *customer service* yang kurang tanggap dalam

merespon berbagai keluhan, Masalah tersebut sangat mengecewakan para konsumen karena terkadang konsumen tidak mendapatkan solusi untuk keluhan yang sedang di alami. Dengan kualitas pelayanan yang baik maka akan menarik perhatian dari konsumen terhadap perusahaan produk/jasa tersebut.

Tabel 1. 2 Jenis Keluhan Pelanggan Biznet Home

Keterangan Keluhan Pelanggan Biznet	Jumlah Keluhan
<i>Customer Service</i> Yang Kurang Tanggap	12
Kualitas Jaringan Wifi Biznet	14

Sumber: Mediakonsumen.com

Selain itu dengan kualitas pelayanan yang baik maka perusahaan dapat bersaing dengan kompetitor pasar yang lain dan produk akan bertahan lama dalam persaingan pasar.

Selain itu, harga juga menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk melakukan pembelian produk/jasa. Harga adalah hal yang sangat penting dalam pembelian baik barang dan jasa. Menurut Basu Swasta (2010:147), harga merupakan sejumlah uang ditambah beberapa barang beserta pelayanannya. Harga sering kali digunakan sebagai indikator nilai bila mana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa . Dalam penentuan nilai suatu barang dan jasa , konsumen membandingkan kemampuan suatu barang dan jasa dalam memenuhi kebutuhannya dengan kemampuan suatu barang dan jasa dari perusahaan lain.

Persepsi harga adalah tentang memahami informasi harga disukai oleh konsumen dan membuatnya bermakna. Mengenai informasi harga, konsumen dapat membandingkan harga publish dengan harga produk yang dibayangkan atau kisaran harga, persepsi harga akan membentuk persepsi masyarakat akan harga yang pantas atas suatu produk (Peter dan Olson, 2014).

Hal ini diperkuat oleh penelitian Rifky Abimanyu, Cecep Hermana (2023) yang menyatakan bahwa persepsi harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi dalam melakukan keputusan Berlangganan konsumen.

Tabel 1. 3 Perbandingan Harga Biznet Dengan Perusahaan Internet Lain

Kecepatan Internet	Biznet Home	Indihome	Firstmedia
20 Mbps	-	275.000	236.000
30 Mbps	250.000	315.000	309.000
50 Mbps	-	445.000	381.000
100 Mbps	375.000	795.000	464.000

Sumber: Indihome.Co.Id, Biznethome.Net. Firstmedia.Com (2023).

Pada tabel 1.2 diatas menunjukkan bahwa harga yang di tawarkan oleh pihak Biznet, Indihome, Firstmedia sangat beragam harga nya sesuai dengan kecepatan dan layanan tambahan yang ingin di gunakan oleh konsumen. Oleh karena itu jika harga yang di tawarkan perusahaan harus tepat dengan memperhatikan kualitas dan daya beli konsumen maka pemilihan produk akan memilih produk tersebut.

Salah satu kota di Indonesia yang berkembang pesat sektor industri dan jasa adalah Sidoarjo, hal ini dikarenakan lokasi Sidoarjo yang berdekatan dengan pusat bisnis Jawa Timur yaitu Kota Surabaya, Berdasarkan informasi yang di peroleh peneliti dari website resmi (biznethome.net) pada awal Biznet berdiri di Sidoarjo hanya mempunyai 1 kantor cabang, namun pada saat ini biznet memiliki 4 kantor cabang di kabupaten Sidoarjo, Hal ini membuktikan bahwa Biznet mampu bersaing dengan perusahaan penyedia layanan internet lain nya yang berada di kabupaten Sidoarjo Jawa Timur.

Sidoarjo menjadi peluang yang bagus untuk penyedia bisnis layanan internet karena Sidoarjo salah satu Kabupaten di Jawa Timur yang memiliki jumlah penduduk yang banyak, Menurut data yang di peroleh peneliti dari website resmi (jawapos.com) menyebutkan bahwa jumlah penduduk Kabupaten Sidoarjo pada awal Maret 2023 sebanyak 2.700.000 orang.

Berdasarkan dari latar belakang diatas, maka penelitian ini berjudul “Pengaruh E-WOM, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Berlangganan Wifi Biznet Home Di Sidoarjo Kota.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang ingin peneliti angkat yaitu:

1. Apakah *E-WOM* berpengaruh terhadap Keputusan Berlangganan *Wifi* Biznet Home di Sidoarjo Kota?

2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Berlangganan *Wifi Biznet Home* di Sidoarjo Kota?
3. Apakah Persepsi Harga berpengaruh terhadap Keputusan Berlangganan Pembelian *Wifi Biznet Home* di Sidoarjo Kota?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian di atas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah *E-WOM* berpengaruh terhadap Keputusan Berlangganan *Wifi Biznet Home* di Sidoarjo Kota.
2. Untuk mengetahui apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Berlangganan *Wifi Biznet Home* di Sidoarjo Kota.
3. Untuk mengetahui apakah Persepsi Harga berpengaruh terhadap Keputusan Berlangganan *Wifi Biznet Home* di Sidoarjo Kota.

1.4 Manfaat

Melalui penelitian ini, peneliti berharap akan memberikan manfaat secara teoritis dan dan praktis. Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil Penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat menambah khasanah ilmu dibidang ekonomi yang berkaitan dengan manajemen pemasaran, dan mampu memberikan pemahaman mengenai pengaruh *E-WOM*, Kualiatas Pelayanan, Harga terhadap Keputusan Berlangganan

2. Manfaat Lainnya

a. Bagi peneliti

Penelitian ini dapat digunakan dalam mengembangkan ilmu pengetahuan melalui kegiatan penelitian dan juga dapat menambah pengetahuan penulis terkait *E-WOM*, Kualitas Pelayanan, Harga dan Keputusan Berlangganan

b. Bagi Pengelola Perusahaan Biznet

Penelitian ini diharapkan mampu menjadikan pertimbangan untuk meningkatkan Kualitas Pelayanan dan Harga yang dapat berdampak pada Keputusan Berlangganan

c. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadikan sumber referensi bagi peneliti lainnya yang akan melakukan kegiatan penelitian sejenis.