

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Layanan Provider telephone seluler merupakan salah satu alat pendukung komunikasi yang terus berkembang. Berkat kemajuan teknologi yang semakin bertambah. Provider telephone seluler semakin beragam, ada provider telephone seluler untuk kartu CDMA dan provider untuk kartu GSM.

Melihat adanya kemajuan teknologi yang ada pada layanan provider kartu telephone seluler CDMA, kebutuhan konsumen pun meningkat sesuai dengan selera yang dituju. Sebagian pertumbuhan pemakai layanan provider kartu telephone seluler CDMA berkembang pada konsumen remaja apalagi diingat tarif telephone yang hampir menyerupai tarif telephone rumah. Bahkan produk pelengkap ini oleh beberapa orang sudah menjadi semacam kebutuhan dalam kehidupan sehari-hari yang tak bisa dilepas. Saat ini terdapat bermacam-macam merek kartu telephone seluler yang sudah memasuki pasaran Indonesia dengan menawarkan beberapa keunggulan tertentu.

Esia adalah salah satu merek layanan provider kartu telephone seluler CDMA yang telah memasuki pasar Indonesia sekitar 7 tahun yang lalu. Perkembangan kartu telephone CDMA merek *esia* terus melesat dengan berbagai variasi promosi. Walaupun demikian pesaing yang muncul pada industri yang

sama dengan perusahaan ini sudah semakin banyak, maka perusahaan harus selalu waspada terhadap pesaingan tersebut.

Persaingan yang terjadi dalam industri ini, masing-masing merek mencoba menciptakan keunggulan-keunggulan tertentu untuk memenangkan pasar. Dalam menghadapi kerasnya persaingan yang terjadi, beberapa perusahaan pun bergerak untuk menciptakan berbagai variasi dan keunikan tertentu. Namun *esia* tetap gencar memasuki persaingan dengan keunggulan yang dimiliki.

Dalam hal ini, penulis ingin meneliti provider kartu telephone seluler CDMA *esia* lewat tingkat kepuasan dan tingkat loyalitas konsumen. Salah satu cara bagi perusahaan untuk meningkatkan loyalitas konsumennya adalah dengan mengetahui seberapa puas pelanggan terhadap produk yang dikonsumsi. Untuk itu pengukuran tingkat kepuasan pelanggan merupakan acuan agar pelanggan dapat menjadi loyal terhadap suatu produk.

Proses pengukuran dimulai dari penentuan siapa yang menjadi pelanggan, kemudian dipantau dari tingkat kepuasan yang diinginkan dan pada akhirnya menjadi formulasi strategi. Dalam hal ini juga digunakan untuk menganalisis bagaimana posisi pesaing dan bagaimana kemampuan kita. Dengan menganalisa tingkat kepuasan pelanggan terhadap suatu produk diharapkan dapat diketahui apakah kreatifitas perusahaan dapat membuat pelanggan menjadi loyal dalam menentukan pembelian.

Berdasarkan hal-hal diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : “ Hubungan Tingkat Kepuasan dengan Tingkat Loyalitas

Konsumen Terhadap CDMA Merek Esia (studi kasus pada Universitas Esa Unggul) “.

B. Identifikasi Dan Pembatasan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Dalam proses penelitian yang dilakukan, penulis telah mengumpulkan masalah-masalah yang dihadapi yaitu sebagai berikut :

- a. Persaingan yang ketat antar provider CDMA
- b. Masih banyaknya konsumen yang berpindah-pindah merek CDMA
- c. Harga yang ditawarkan pesaing lain lebih kompetitif
- d. Produk lain yang memberikan layanan bervariasi
- e. Pengaruh promosi kartu CDMA terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian
- f. Kelayakan konsumen terhadap provider kartu CDMA.

2. Pembatasan Masalah

Penulis membatasi masalah dengan melakukan penelitian pada pengguna layanan operator *esia* pada Universitas Esa Unggul. Dan mengingat ada 2 cara pemakaian pemegang provider kartu CDMA, maka penelitian ini hanya dilakukan untuk pelanggan CDMA Prabayar. Kemudian untuk menganalisis pengaruh dari pada tingkat kepuasan pelanggan yang mengakibatkan konsumen menjadi loyal terhadap provider CDMA merek *esia*.

C. Perumusan Masalah

1. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap CDMA merek *esia* ?
2. Bagaimana tingkat loyalitas konsumen terhadap CDMA merek *esia* ?
3. Apakah terdapat hubungan antara tingkat kepuasan dengan tingkat loyalitas konsumen terhadap CDMA merek *esia* ?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan perumusan masalah penelitian, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap CDMA merek *esia*.
2. Untuk mengetahui tingkat loyalitas konsumen terhadap CDMA merek *esia*.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara tingkat kepuasan dengan tingkat loyalitas konsumen terhadap CDMA merek *esia*.

E. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian bertujuan untuk memberikan manfaat yaitu :

1. Bagi perusahaan penelitian ini dapat menjadi masukan dalam usahanya agar konsumen menjadi loyal terhadap produk.
2. Bagi peneliti yang lain dapat dijadikan acuan apabila ingin meneliti dalam kajian yang sama.

3. Bagi penulis, penelitian ini dapat menambah wawasan mengenai suatu tingkat kepuasan konsumen dengan tingkat kelayakannya terhadap suatu produk.

F. Sistematika Penulisan

Secara garis besar, sistematika penyusunan skripsi ini terdiri dari enam bab dan masing-masing bab dapat diuraikan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang permasalahan, identifikasi pembatasan masalah, perumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian serta sistematika penulisannya.

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini akan diuraikan teori-teori yang digunakan sebagai dasar penelitian, agar dapat menjawab permasalahan yang akan dibahas, kerangka pikir penelitian dan hipotesis.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini akan dibahas mengenai tempat dan waktu penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, metode pengolahan, analisis data dan definisi operasional variabel yang digunakan dalam penyusunan penelitian ini.

BAB IV : GAMBARAN UMUM OBYEK YANG DITELITI

Dalam bab ini dibahas mengenai obyek penelitian dimana akan diuraikan beberapa sejarah perusahaan dan juga gambaran umum tentang responden kartu *esia*.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan dibahas mengenai obyek penelitian dan analisa serta pembahasan masalah.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini penulis akan menyajikan kesimpulan dari hasil pembahasan pada bab-bab sebelumnya dan berdasarkan kesimpulan tersebut penulis memberikan saran-saran bagi perusahaan.