

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Telekomunikasi seluler di Indonesia adalah sebuah substansi yang mencakup keseluruhan hal yang berhubungan perkembangan telekomunikasi seluler yang terjadi di Indonesia. Telekomunikasi seluler mulai dikenal sejak tahun 1984, menjadikan Indonesia sebagai salah satu negara yang paling awal mengadopsi teknologi seluler versi komersial. Masyarakat dunia informasi menyadari hal tersebut sehingga mereka berupaya keras menghasilkan infrastruktur yang mampu menyampaikan informasi secara cepat artinya mereka sangat membutuhkan jaringan telekomunikasi yang memiliki kualifikasi.

Kartu IM3 merupakan produk kartu seluler prabayar yang dikeluarkan oleh PT. Indosat Tbk. selain kartu Mentari, Star one dan kartu Matrix. Keunggulan Kartu Prabayar IM3 dari Indosat, seperti keamanan (bebas dari penyadapan dan penggandaan), aksesibilitas, harga yang terjangkau, mutu prima serta jangkauan yang luas menjadikan IM3 mendapat nilai maksimal dari aneka pelayanan yang berkesinambungan dari kartu IM3. Harga yang dimaksud dari produk IM3 ini adalah biaya pulsa yang bervariasi sesuai dengan keinginan pembelian konsumen terhadap pulsa berkisar antara Rp. 5.000 sampai Rp. 100.000. Selain kemampuan yang umum menelepon dan menerima telepon dari sembarang tempat dan kapan saja, keunggulan IM3 adalah daya jangkau yang bisa menjangkau wilayah-

wilayah di seluruh Nusantara sehingga konsumen mudah dihubungi dan menghubungi di mana saja dan yang terpenting tidak perlu repot dengan persyaratan administratif.

Didalam menghadapi persaingan yang terjadi dalam industri ini, masing-masing merek mencoba menciptakan keunggulan atau karakteristik tertentu serta terus berinovasi untuk memenangkan persaingan ini. PT.Indosat,Tbk melalui IM3 nya dituntut bekerja lebih keras untuk terus memberikan pelayanan yang terbaik dan sesuai dengan kebutuhan maupun keinginan pelanggan. Hal ini harus dilakukan demi menjaga posisinya yang saat ini adalah market leader didalam bisnis jasa operator seluler untuk prabayar dan juga untuk membuat pelanggan tetap loyal terhadap IM3.

Dalam hal ini, penulis ingin meneliti produk IM3 lewat bauran pemasaran terhadap loyalitas pelanggan IM3. Salah satu cara bagi perusahaan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan adalah melalui paduan bauran pemasaran yang tepat dan sesuai. Dalam hal ini unsur bauran pemasaran yang ingin dianalisis adalah produk,harga,saluran,distribusi,dan promosi.

Dengan menganalisa bauran pemasaran suatu perusahaan diharapkan dapat mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap loyalitas pelanggan pada merek tertentu. Hal ini penting agar konsumen tidak mudah beralih kepada merek lain.

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk meneliti mengenai
**“ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN OPERATOR SELULER MEREK IM3”**
Penelitian ini dilakukan di Universitas Esa Unggul.

B. Identifikasi Masalah

Dalam proses penelitian yang dilakukan, penulis telah memungumpulkan masalah-masalah yang dihadapi oleh IM3. Adapun masalah-masalah yang dihadapi yaitu sebagai berikut :

1. Adanya persaingan antar produk provider IM3 dengan provider lain, sehingga membuat perusahaan melakukan langkah-langkah antisipasi, salah satunya meningkatkan kualitas produk.
2. Para pesaing terus mencoba mengembangkan pasar dengan layanan-layanan baru, sehingga IM3 harus terus menyiapkan inovasi terbarunya.
3. Sering terjadi keluhan konsumen karena kinerja yang kurang optimal, baik dari jaringan atau sinyal.

C. Pembatasan Masalah

Dengan produk yang diteliti adalah IM3 maka ruang lingkungannya akan dibatasi agar peneliti dapat lebih terarah dalam meneliti.

1. Penulis membatasi masalah dengan melakukan penelitian pada pelanggan IM3 yang ada dilingkungan Universitas Esa Unggul, Jakarta-Barat.
2. penelitian ini ditulis untuk melihat pengaruh bauran pemasaran terhadap loyalitas pelanggan IM3.
3. Yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah pelanggan IM3 yang sudah menggunakan IM3 minimal 6 bulan.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka masalah-masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh antara Bauran Pemasaran (produk, harga, distribusi, dan promosi) terhadap loyalitas pelanggan IM3?
2. Variabel bauran pemasaran manakah yang paling dominan mempengaruhi loyalitas terhadap merek IM3 ?
3. Bagaimana tingkat loyalitas pelanggan terhadap merek IM3?

E. Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara Produk, Harga, Distribusi dan Promosi (Bauran Pemasaran) dengan loyalitas pelanggan IM3.
2. Untuk mengetahui variabel bauran pemasaran manakah yang paling dominan mempengaruhi loyalitas terhadap merek IM3 .
3. Untuk mengetahui tingkat loyalitas pelanggan terhadap merek IM3.

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian tersebut antara lain :

1. Bagi perusahaan, diharapkan penelitian ini dapat memberikan masukan yang bermanfaat guna meningkatkan kualitasnya demi menjaga tingkatan loyalitas pelanggan.
2. Bagi penulis, diharapkan akan memperoleh pengetahuan dan informasi yang berharga mengenai pengaruh bauran pemasaran terhadap loyalitas pelanggan serta studi perbandingan antara teori ilmu dan kenyataan yang terjadi dilapangan atau dipasar.
3. Bagi mahasiswa, diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan mengenai loyalitas.
4. Bagi Universitas Esa Unggul, diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai data tambahan dan dokumentasi guna melengkapi sarana yang

diperlukan dalam penyediaan bahan studi bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

G. Sistematika Penulisan

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

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulisan menjelaskan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

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

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini akan diuraikan tempat dan waktu penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel. metode pengumpulan sampel, metode analisis data dan definisi operasional variabel.

BAB IV : GAMBARAN UMUM RESPONDEN

Dalam bab ini, penulis akan menjelaskan mengenai karakteristik dari responden seperti (jenis kelamin, umur, pekerjaan, dan penghasilan)

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menjelaskan hasil penelitian terhadap analisa dan pembahasan masalah tersebut.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab terakhir ini penulis mencoba untuk dapat menarik kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan serta memberikan saran-saran yang dapat bermanfaat bagi para pembaca.