

BAB I PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG PENELITIAN

Dewasa ini yang dinamakan telepon seluler semakin banyak orang memakainya dibandingkan 5 tahun kebelakang, saat ini siapapun sudah dapat memiliki telepon seluler, dimana harganya sudah tidak mahal lagi dan dapat menjadikan prestise tersendiri apabila kita memilikinya.

Dunia usaha dewasa ini semakin berkembang demikian pesatnya, antara lain karena adanya kemajuan teknologi dan industri. Sejalan dengan kemajuan tersebut konsep pemasaran pun ikut berkembang. Kegiatan pemasaran dimasa lalu yang berorientasi pada usaha mengubah produk menjadi uang, sekarang mulai berorientasi pada kepuasan kebutuhan konsumen, yang akan membentuk loyalitas konsumen. Sesuai dengan dengan konsep pemasaran modern tersebut, perusahaan harus selalu memantau perubahan perilaku konsumen sehingga perusahaan dapat mengantisipasi perubahan perilaku konsumen tersebut dalam memperbaiki strategi pemasarannya, karena pada hakekatnya tujuan dari pemasaran adalah untuk mengetahui dan memahami konsumen dengan baik sehingga barang atau jasa yang ditawarkan dapat laku terjual.

Pada umumnya setiap perusahaan harus memikirkan dan merencanakan pemasaran itu sendiri sebelum produk itu dibuat, karena konsumen yang potensial akan mempertimbangkan terlebih dahul berbagai faktor seperti harga, kualitas produk, promosi dan distribusi yang ada sebelum memilih atau mengambil

keputusan dan mencari alternatif yang dapat memberikan kepuasan tertinggi. Hal tersebut harus benar-benar diperhatikan oleh pemasar agar tujuan perusahaan dalam hal pemuasan kebutuhan konsumen dapat tercapai sesuai dengan konsep pemasaran. Sedangkan konsep pemasaran adalah (Basu Swastha DH dan Irawan, 1990: 10): "sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan".

Melihat besarnya minat konsumen terhadap telepon seluler, penting kiranya bagi manajemen untuk memahami secara mendalam mengenai latar belakang dan berbagai unsur yang ada, yang dapat mempengaruhi perilaku dan loyalitas konsumen dalam membeli produk, khususnya telepon seluler. Berdasarkan latar belakang di atas, maka dalam menyusun skripsi ini penulis mengambil judul.

"ANALISA LOYALITAS KONSUMEN TERHADAP OPERATOR TELEPON SELULER DI PACITAN"

B. BATASAN MASALAH PENELITIAN

Batasan masalah dalam penelitian ini meliputi seluruh pemakai telepon seluler dengan memakai Operator Kartu Telkomsel, Satelindo, Excelcom. Peneliti hanya meneliti ketiga subyek tersebut karena hanya ketiga jaringan telepon seluler tersebut yang dapat di akses di Pacitan.

Mengingat kemampuan dan keterbatasan waktu yang ada, maka penulis akan membatasi permasalahan penelitian sebagai berikut

1. Atribut yang diteliti adalah layanan, harga kartu perdana/voucer, kemampuan jangkauan, dan merek.

2. Kriteria loyalitas yang digunakan:

- a. Berdasarkan loyalitas merek di ukur dengan proporsi dari total pembelian jumlah jasa operator telepon seluler dalam satu bulan. Hal ini jasa dimana seseorang setia pada merek yang paling sering dibeli.
- b. Lamanya kosumen memakai jasa operator telepon seluler. Hal ini berdasarkan loyalitas merek yang di ukur dari tingkat keterlibatan kosumen.
- c. Apakah kosumen memakai jasa operator telepon seluler lebih dari satu. Hal ini berdasarkan loyalitas merek diukur dari sikap terhadap merek.

C. RUMUSAN MASALAH PENELITIAN

Sejalan dengan latar belakang masalah yang ada, maka yang menjadi perumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah loyalitas kosumen terhadap operator telepon seluler di Pacitan
2. Bagaimana tingkatan-tingkatan *Brand Loyalty* pada jasa operator telepon seluler.
3. Pada variabel *brand loyalty* manakah yang paling dominan rata-ratanya

D. TUJUAN PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui bagaimana loyalitas konsumen terhadap salah satu operator telepon seluler dibandingkan operator lain
2. Untuk mengetahui penilaian konsumen terhadap tingkatan-tingkatan *Brand Loyalty* (loyalitas merek) operator telepon seluler.
3. Untuk mengetahui tingkatan *Brand Loyalty* yang paling tinggi pada operator telepon seluler.

E. MANFAAT PENELITIAN

Manfaat penelitian dari penulisan laporan akhir ini antara lain:

1. Bagi penulis:

- Untuk menambah wawasan dan pengetahuan serta membandingkan antara teori yang di dapat dibangku kuliah dengan kenyataan yang sesungguhnya serta untuk melatih berfikir kritis, cepat, dan tanggap terhadap lingkungan.
- Untuk memperoleh pengetahuan praktis, tambahan pengetahuan serta permasalahanya secara langsung dari perusahaan atau instansi yang lain.

2. Bagi perusahaan:

- Sebagai salah satu bentuk pengabdian di dalam dunia pendidikan dengan memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk melakukan penelitian di perusahaan.

- Dengan adanya peninjauan ke perusahaan, diharapkan dapat mengetahui kekurangan yang terjadi di perusahaan, sehingga dapat di jadikan pertimbangan untuk mengadakan pembenahan terhadap kebijaksanaan yang telah diambil sebelumnya.

3. Bagi pihak lain:

- Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukan pengembangan lebih lanjut dan dapat di jadikan perbandingan untuk kasus-kasus yang serupa.
- Selain untuk menambah wawasan para pembaca, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran atas topik analisa loyalitas konsumen terhadap operator telepon seluler di Pacitan.