

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Seiring dengan semakin berkembangnya teknologi, kemampuan perusahaan dalam memproduksi semakin besar. Agar perusahaan tetap eksis dalam persaingan maka perusahaan harus memperhatikan salah satu fungsi pokok yaitu pemasaran yang baik, produsen harus mengetahui dahulu apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga produk yang ditawarkan akan sesuai dengan permintaan konsumen.

Kemajuan pembangunan dewasa ini juga disertai meningkatnya pendapatan masyarakat, maka kebutuhan masyarakat terhadap barang konsumsi juga semakin meningkat. Dengan meningkatnya pendapatan masyarakat maka masyarakat pun semakin menyadari bahwa teknologi informasi berkembang cepat dari tahun ke tahun dan semakin canggih. Hal ini menyebabkan persaingan ketat di industri telekomunikasi khususnya telepon seluler (*handphone*).

Sejak ditemukannya teknologi komunikasi oleh Alexander Graham Bell (1876), teknologi telekomunikasi berkembang dengan pesat. Hal ini sejalan dengan kebutuhan manusia untuk dapat berkomunikasi di segala tempat dan waktu. Saat ini penggunaan telepon genggam atau telepon seluler sudah merupakan sarana telekomunikasi yang dapat digunakan siapa saja. Telepon seluler bukan lagi merupakan barang mewah yang hanya dimiliki oleh kalangan tertentu saja, sehingga dewasa ini bisnis telepon seluler maupun

jasa layanan telepon seluler berkembang pesat. produk inovatif berupa kartu pra bayar, bisnis telepon seluler (Ponsel) belakangan ini akan berkembang menjadi lebih efektif.

Ketatnya persaingan pada perdagangan kartu seluler mengharuskan perusahaan untuk menyesuaikan pada perkembangan teknologi yang semakin maju agar mampu bersaing dengan perusahaan yang lain, karena pada hakekatnya konsep pemasaran adalah menetapkan dan memuaskan kebutuhan serta keinginan pasar sasaran. Dengan demikian pemasaran diharapkan dapat memaksimalkan penjualan dan mengoptimalkan profil tanpa mengabaikan perilaku konsumen.

Saat ini di Indonesia ada 4 perusahaan besar jasa layanan telepon seluler yaitu, Satelindo (Mentari), Telkomsel (Simpati dan Hallo), Indosat Multi Media Mobile (IM3), dan Excelomindo (pro-XL). Perusahaan ini bergerak di jasa pelayanan telepon seluler sistem GSM. Pesaing lainnya berasal dari Telkom Flexi, Mobile 8, Esia dan star one yang bergerak di jasa telepon seluler sistem CDMA..

Pada perkembangannya, kartu pra bayar semakin diminati oleh konsumen. Hal ini terbukti dengan semakin besarnya jumlah pemakai kartu pra bayar daripada kartu pasca bayar. Fitur-fitur yang dulu hanya ada di kartu pasca bayar pada saat ini juga terdapat pada kartu pra bayar.

PT. Satelindo sebagai salah satu perusahaan jasa layanan telepon seluler di Indonesia mencoba untuk menangkap peluang ini dengan mengeluarkan produk kartu pra bayar. Mentari dengan menghadirkan fitur-

fitur yang canggih dan kualitas sinyal yang kuat serta jangkauannya yang luas. Diharapkan dengan kehadiran kartu pra bayar Mentari ini dapat merebut pangsa pasar yang masih besar.

Sejalan dengan garis informasi yang berkembang, mendorong penulis untuk mengetahui bagaimana minat konsumen dilihat dari variabel sikap konsumen dan adanya peran variabel norma subyektif terhadap atribut kartu pra bayar Mentari Indosat. Penelitian ini menggunakan aplikasi *Theory of Reasoned Action* yang juga mencakup bagaimana kontribusi atribut kartu pra bayar Mentari.

Dalam mengenalkan produknya, Indosat lebih menekankan pada jaringannya yang luas dan bebas roming di seluruh wilayah Indonesia. Oleh karena itu Indosat juga harus dapat mengantisipasi penilaian konsumen terhadap kartu pra bayar Mentari. Berdasarkan dari latar belakang penelitian yang telah diuraikan, maka dilakukan penelitian mengenai **“ANALISIS PENGARUH SIKAP DAN NORMA SUBYEKTIF TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN KARTU PRA BAYAR MENTARI INDOSAT”**.

B. Batasan Masalah Penelitian

1. Penelitian ini berupa studi terhadap konsumen kartu pra bayar Mentari Indosat.
2. Obyek penelitian konsumen yang dilakukan adalah konsumen kartu pra bayar Mentari Indosat.

C. Rumusan Masalah Penelitian

Adapun yang menjadi rumusan permasalahan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh sikap konsumen dan norma subyektif konsumen secara parsial terhadap minat membeli kartu pra bayar Mentari Indosat ?
2. Bagaimana pengaruh sikap dan norma subyektif konsumen secara simultan terhadap minat konsumen untuk membeli kartu pra bayar Mentari Indosat ?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh sikap konsumen dan norma subyektif konsumen secara parsial terhadap minat membeli kartu pra bayar Mentari Indosat.
2. Untuk menganalisis pengaruh sikap dan norma subyektif konsumen simultan terhadap minat membeli kartu pra bayar Mentari Indosat.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi Strata Satu di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, serta untuk menambah ilmu pengetahuan dengan menerapkan teori yang diperoleh di bangku kuliah.

2. Bagi PT. Satelindo

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi pihak Satelindo untuk mengetahui minat konsumen terhadap Kartu pra bayar Mentari agar dapat dijadikan bahan pertimbangan perusahaan.

3. Bagi konsumen

Sebagai bahan pertimbangan dalam pembelian kartu pra bayar seluler Mentari