

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era komunikasi yang semakin canggih dan modern ini serta dengan dihadapkannya berbagai pilihan yang rumit bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhannya, maka hal tersebut mendorong para produsen untuk semakin berusaha meningkatkan kualitas produk dan layanan yang diberikan kepada konsumen mereka. Para produsen semakin gencar untuk melakukan perubahan serta inovasi baru dan berusaha untuk menonjolkan masing-masing atribut produk yang mereka miliki.

Demikian halnya yang terjadi pada produk kartu seluler saat ini yang merupakan produk pendukung dalam penggunaan ponsel atau handphone sebagai alat komunikasi yang sudah tidak asing lagi dan sudah mencakup semua kalangan masyarakat. Persaingan antar produk kartu seluler saat ini semakin ramai dibicarakan karena adanya perang tarif diantara produk-produk kartu seluler tersebut dan mereka saling bersaing dalam memberikan tarif semurah-murahnya kepada konsumen kartu seluler untuk menarik minat konsumen. Dengan dihadapkannya berbagai pilihan produk kartu seluler tersebut ditambah dengan aktivitas promosi yang sangat persuasif maka sangat memungkinkan konsumen untuk membuat keputusan perpindahan merek kartu seluler untuk mencoba produk kartu seluler yang lain. Dalam kenyataannya, perpindahan

merek pada produk kartu seluler banyak terjadi pada kalangan remaja terutama pelajar dan mahasiswa. Mereka mencari alternatif produk kartu seluler lain yang menawarkan tarif yang murah sesuai dengan uang saku mereka. Oleh karena itu, dalam hal ini pengaruh citra produk sangat perlu untuk dipertimbangkan serta diperhatikan oleh produsen kartu seluler. Namun demikian, tidak dapat dipungkiri bahwa masih ada pengguna kartu seluler yang masih loyal dengan produk kartu seluler yang tengah dipakainya. Hal tersebut dikarenakan mereka merasa bahwa produk kartu seluler yang mereka pakai dapat memenuhi kebutuhan sesuai dengan harapan konsumen.

Dengan adanya persaingan yang sangat kuat diantara produsen kartu seluler tersebut maka hal tersebut dapat dijadikan sebagai suatu tantangan yang besar bagi produsen dalam mempertahankan citra produknya serta bagaimana memberikan kemudahan bagi konsumen mereka dalam mengakses produk kartu seluler tersebut, memberikan fitur-fitur yang memberikan kemudahan bertransaksi bagi penggunanya dan disesuaikan dengan kemajuan teknologi yang ada saat ini. Dengan semakin ketatnya persaingan diantara produk kartu seluler tersebut maka hal tersebut dapat memicu terjadinya *variety seeking* sehingga terjadi perpindahan merek jika perusahaan tidak dapat mempertahankan citra produknya serta melakukan perubahan untuk memperbaiki citra produk yang dimiliki oleh perusahaan. Oleh karenanya hal tersebut menjadi tugas bagi perusahaan agar konsumen mereka tetap loyal terhadap produk kartu seluler yang mereka tawarkan.

Dari beberapa uraian di atas, maka peneliti berupaya untuk menguji sejauh mana pengaruh citra produk, fitur produk, kualitas produk dan *accessibility* terhadap loyalitas pelanggan dengan melihat adanya *variety seeking* yang banyak terjadi di kalangan konsumen saat ini. Penelitian ini merupakan bentuk replikasi dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh W Mahestu Noviandra K. yang meneliti tentang produk pemutih kulit serta penelitian yang dilakukan oleh Eka Setya mengenai produk sabun mandi (cair). Penelitian ini menggunakan tiga variabel independen antara lain citra produk, fitur produk, dan *accessibility* yang mempengaruhi satu variabel dependen dalam hal ini adalah loyalitas merek pada produk kartu seluler. Penelitian ini dirasa masih layak untuk dilakukan dengan melihat situasi persaingan pasar pada produk kartu seluler yang semakin tinggi sehingga sangat memungkinkan terjadinya perpindahan merek. Oleh karena hal tersebut maka mendorong perusahaan untuk berusaha melakukan perbaikan pada kualitas produk yang mereka tawarkan agar konsumen tetap loyal dengan produk kartu seluler yang mereka konsumsi saat ini. Judul dalam penelitian ini adalah **"PENGARUH CITRA PRODUK, FITUR PRODUK, DAN ACCESSIBILITY TERHADAP LOYALITAS MEREK PADA PRODUK KARTU SELULER."**

B. Rumusan Masalah

Dari beberapa uraian latar belakang masalah maka dapat dirumuskan suatu permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah variabel citra produk, fitur produk, dan *accessibility* berpengaruh secara serempak terhadap loyalitas merek pada produk kartu seluler?
2. Apakah variabel citra produk berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas merek pada produk kartu seluler?
3. Apakah variabel fitur produk berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas merek pada produk kartu seluler?
4. Apakah variabel *accessibility* berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas merek pada produk kartu seluler?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji dan mengetahui pengaruh variabel citra produk, fitur produk dan *accessibility* terhadap loyalitas merek pada produk kartu seluler.
2. Untuk menguji dan mengetahui signifikansi pengaruh citra produk terhadap loyalitas merek pada produk kartu seluler.
3. Untuk menguji dan mengetahui signifikansi pengaruh fitur produk terhadap loyalitas merek pada produk kartu seluler.
4. Untuk menguji dan mengetahui signifikansi pengaruh *accessibility* terhadap loyalitas merek pada produk kartu seluler.

D. Manfaat Penelitian

1. Di bidang teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan dukungan empiris dalam pengembangan ilmu pengetahuan yang sudah ada.

2. Memberikan masukan pada perusahaan kartu seluler agar lebih memperhatikan dalam hal mempertahankan citra produknya, memberikan kemudahan bagi konsumen serta memperbaiki pelayanannya dengan melihat persaingan diantara produk kartu seluler yang semakin tinggi.
3. Bagi peneliti, penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan dan juga pengalaman untuk membandingkan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya.