

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dengan perkembangan teknologi dan informasi serta pertumbuhan dan penyebaran penduduk yang sangat pesat sekarang ini, sangatlah memberikan dampak pada segala aspek kehidupan manusia. Salah satunya adalah untuk berkomunikasi dengan lancar dalam menyampaikan informasi. Komunikasi adalah merupakan dasar interaksi antar manusia dan dapat terjadi pada siapa saja baik antara dosen dengan mahasiswa, orang tua, dengan anak, pimpinan dengan bawahan, pacar, teman dan lain sebagainya. Dengan hubungannya sebagai makhluk sosial, terkandung suatu maksud bahwa manusia bagaimana pun juga tidak terlepas dari individu yang lain. Secara kodrat manusia akan selalu hidup bersama-sama dalam berbagai bentuk komunikasi dan situasi yang mempengaruhinya.

Dengan adanya tuntutan seperti itu membuat para perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang telekomunikasi lomba lomba mengeluarkan SIM (subicider identity modul) yang berbasis teknologi GSM. Berikut ini jenis jenis operator GSM yang ada Indonesia yakni Tri, Indosat, Exelcomindo Pratama (XL), telkomsel, Axis dan lain sebagainya. Dengan banyaknya kartu GSM yang di pasaran berarti memberikan keleluasan bagi konsumen. Sehingga banyak dari konsumen yang sering berganti operator ataupun memiliki beberapa layanan dari beberapa operator tersebut, dengan

tujuan agar mendapatkan kemudahan dalam berkomunikasi, mendapatkan tarif yang murah dan layanan yang ditawarkan karena setiap operator tentunya memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing. Oleh karena itu setiap perusahaan harus selalu berorientasi pada keinginan konsumen agar dapat mempertahankan hidup perusahaan dengan cara menetapkan strategi yang baik dan kompetitif khususnya marketing mix (4P) produk, harga, distribusi dan promosi, sehingga apa yang mereka tawarkan bisa diterima dan dibeli konsumen.

Kartu perdana TRI mulai beroperasi secara komersial pada tanggal 30 Maret 2007. Telah memiliki 4000 lebih BTS dengan perolehan jumlah pelanggan sampai dengan tulisan ini dibuat sebanyak lebih dari 5 juta pelanggan. TRI untuk kepemilikan sahamnya dimiliki oleh 2 perusahaan besar yakni Hutchison dari Hongkong sebesar 60% dan Charoen Pokphand dari Thailand sebesar 40%. Sebagai kartu seluler GSM yang memberi kualitas terbaik dengan harga yang sangat terjangkau dibandingkan produk produk lainnya serta dilengkapi dengan layanan andal yang didasarkan pada pemenuhan keinginan konsumen.

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui faktor faktor yang mempengaruhi konsumen membeli dan menggunakan suatu produk khususnya pengaruh faktor bauran pemasaran yang ditawarkan oleh distributor kartu perdana TRI. Dari latar belakang yang dikemukakan maka penelitian ini mencoba untuk meneliti hal tersebut yaitu dengan mengambil topik yang berkaitan dengan "ANALISIS FAKTOR

YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM MEMBELI PRODUK PERDANA TRI'

B. Perumusan Masalah

Memperhatikan dari uraian latar belakang diatas, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dari faktor produk, harga, distribusi, dan promosi manakah yang paling berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan membeli bagi pengguna kartu Perdana TRI dikalangan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta ?
2. Dari faktor-faktor tersebut, faktor apakah yang paling berpengaruh dominan dalam pengambilan keputusan membeli bagi pengguna kartu Perdana TRI dikalangan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh faktor produk, harga, distribusi, dan promosi dalam keputusan membeli bagi pengguna kartu Perdana TRI dikalangan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta

2. Untuk mengetahui dan menganalisis faktor mana yang berpengaruh dominan dalam keputusan membeli bagi pengguna kartu Perdana TRI dikalangan Mahasiswa Muhammadiyah Surakarta

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Praktisi

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan konsumen dalam membeli produk kartu perdana TRI.

2. Bagi Akademisi

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi atau kajian bagi penelitian-penelitian berikutnya mampu memperbaiki dan menyempurnakan kelemahan dalam penelitian ini.

3. Bagi Perusahaan

Dari hasil penelitian ini sebagai dasar pertimbangan dan masukan bagi pihak perusahaan atau manajemen dalam menjalankan aktivitasnya.

E. Sistematika Skripsi

Skripsi ini terdiri dari lima bab, dengan gambaran masing-masing bab adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian dan sistematika skripsi.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas tentang berbagai teori yang relevan dengan penelitian yaitu pengertian pemasaran, perilaku konsumen, pengertian keputusan konsumen.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang kerangka pemikiran, hipotesis, definisi operasional, populasi dan sampel serta alat analisis.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang gambaran umum obyek penelitian, gambaran populasi dan responden, analisa data yang sudah dilakukan oleh peneliti.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan yang ditarik dari analisis data dan pembahasan serta saran-saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN