

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi saat ini hampir seluruh masyarakat menggunakan Smartphone untuk melakukan komunikasi. Untuk melakukan komunikasi dengan Smartphone dibutuhkannya sebuah kartu perdana, dikarenakan kartu perdana merupakan bagian terpenting dari Smartphone, maka tanpa adanya kartu perdana Smartphone tidak bisa digunakan. Kartu perdana berfungsi untuk menyambungkan telfon ataupun menghubungkan pada data seluler yang nantinya akan digunakan untuk mengakses internet.

Banyaknya pengguna Smartphone, membuat permintaan kartu perdana meningkat, sehingga membuat perusahaan telepon menciptakan berbagai Kartu Perdana untuk memenuhi permintaan tersebut. Permintaan tersebut juga membuat perusahaan saling bersaing untuk menarik perhatian dari konsumen.

Atas dasar persaingan tersebut, perusahaan provider perlu memperbanyak jenis-jenis layanan guna memenuhi kebutuhan-kebutuhan pelanggan untuk berkomunikasi. Dalam meningkatkan kualitas pelayanan perusahaan menawarkan beberapa paket yang bisa memenuhi kebutuhan pelanggan (seperti, paket kuota internet, paket telfon, paket sms).

Dengan banyaknya persaingan maka perusahaan harus bisa membuat konsumen merasa puas dengan penggunaan produk tersebut sehingga konsumen akan terus menerus menggunakan produknya. Salah satu strategi perusahaan agar konsumen terus menerus menggunakan produknya adalah dengan menciptakan ekuitas merek yang kuat dan mempromosikan produk dengan kreatif, jelas dan semenarik mungkin. Jika

strategi ekuitas merek dan bauran promosi berjalan dengan baik maka terciptalah loyalitas pelanggan. Tujuan utama perusahaan memasarkan sebuah produk adalah untuk mendapatkan laba yang optimal dari produk yang akan dijualnya. Laba optimal dapat dicapai perusahaan jika perusahaan dapat menciptakan loyalitas konsumen, caranya dengan menentukan harga yang tepat bagi produk yang akan dijual kepada konsumen dengan tujuan dapat menarik konsumen.

Munculnya beberapa produk perdana di Indonesia menimbulkan persaingan yang sangat ketat. Contohnya seperti Telkomsel, XL, 3(Tri), Smartfren, Indosat. Dengan banyaknya pilihan kartu perdana yang ditawarkan kepada konsumen, maka sering kali konsumen bingung dalam memutuskan produk mana yang akan diminati, dan konsumenpun akan melakukan pertimbangan sebelum membeli kartu perdana. Sehingga ini menjadi tantangan bagi perusahaan bagaimana perusahaan dapat melakukan promosi yang menarik secara konsisten agar konsumen tidak tertarik pada kartu perdana yang lain.

Salah satu perusahaan perdana yang sangat terkenal adalah PT Telekomunikasi Seluler, perusahaan ini memiliki beberapa produk yaitu KartuHalo, Simpati, Kartu As dan Loop.

PT Telekomunikasi Seluler memiliki visi yaitu Menjadi penyedia layanan dan solusi gaya hidup digital mobile kelas dunia yang terpercaya. Dan Misi PT Telekomunikasi Seluler adalah Memberikan layanan dan solusi digital mobile yang melebihi ekspektasi para pengguna, menciptakan nilai lebih bagi para pemegang saham serta mendukung pertumbuhan ekonomi bangsa. Dengan adanya visi dan misi perusahaan maka diharapkan Telkomsel memiliki produk-produk yang ekuitasnya tinggi, sehingga konsumen menjadi loyal terhadap produk telkomsel. Dan jika konsumen

loyal terhadap produk telkomsel maka akan sulit bagi konsumen untuk berpindah ke lain hati (produk perdana lainnya).

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui sejauh mana variabel-variabel ekuitas merek dan bauran promosi berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dalam menggunakan kartu telkomsel, mengingat telkomsel bukanlah satu-satunya kartu pasca bayar di Surakarta. Untuk itu penulis melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Ekuitas Merek Dan Bauran Promosi Terhadap Loyalitas Pengguna Kartu Pasca Bayar Telkomsel Di Surakarta”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Apakah ekuitas merek berpengaruh terhadap loyalitas pengguna kartu perdana telkomsel di Surakarta?
2. Apakah bauran promosi berpengaruh terhadap loyalitas pengguna kartu perdana telkomsel di Surakarta?

C. Tujuan Masalah

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini berdasarkan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya, adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh ekuitas merek terhadap loyalitas pengguna kartu perdana telkomsel di Surakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh bauran promosi terhadap loyalitas pengguna kartu perdana telkomsel di Surakarta.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai pertimbangan perusahaan dalam meningkatkan ekuitas merek dan bauran promosi pada produk yang dihasilkan.

2. Manfaat Teoritis

Sebagai sarana menambah wawasan, pengembangan ilmu pengetahuan, serta sebagai referensi untuk penelitian sehingga mampu memperbaiki dan menyempurnakan penelitian ini.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan penelitian ini diuraikan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam hal ini membahas beberapa hal seperti latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kontribusi penelitian dan sistematika penulisan secara keseluruhan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan mengenai tinjauan teoritis variabel-variabel yang diteliti, telaah pustaka yang berisikan tentang uraian sistematika mengenai hasil penelitian terdahulu, kerangka teoritis guna menganalisis suatu masalah, serta hipotesis yang merupakan perumusan dari landasan teori dan merupakan jawaban sementara terhadap penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini memuat penjelasan mengenai gambaran teknik yang akan digunakan dalam penelitian. Teknik ini meliputi uraian tentang kondisi objek dan subjek penelitian, proses penelitian, kondisi populasi, penentuan sampel, serta alat yang digunakan baik dalam pengumpulan data maupun dalam analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang deskriptif objek penelitian yang meliputi deskripsi responden, analisis data, dan pembahasan penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menguraikan tentang kesimpulan atas hasil pembahasan analisis data penelitian. Keterbatasan penelitian, dan saran-saran yang bermanfaat untuk penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**