

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi seluler di era globalisasi ini memacu pertumbuhan pada jaringan seluler yang semakin banyak persaingan bisnis di dunia pasar perusahaan jaringan seluler di Indonesia. Tak dapat dipungkiri setiap usaha yang sudah terjun ke dunia pasar baik nasional maupun internasional harus tetap bisa bertahan dan berkompetensi dengan para pesaingnya. Pesatnya perkembangan teknologi komunikasi ini tak luput didukung oleh fasilitas *mobile phone* yang semakin canggih dengan IOS (*Internet Operating System*) yang mumpuni, dimana telepon seluler dilengkapi dengan berbagai macam fitur serta aplikasi pendukungnya. Melalui kemajuan teknologi komunikasi mampu menipiskan bahkan meniadakan jarak geografis melalui media komunikasi virtual yang diperlukan dalam kehidupan sehari-hari dan menjadi suatu hal yang sangat penting untuk kebutuhan manusia, sehingga tak mengherankan jika bisnis telekomunikasi mengalami perkembangan yang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir ini.

Telekomunikasi seluler di Indonesia sendiri mulai dikenalkan pada tahun 1984 dan hal tersebut menjadikan Indonesia sebagai salah satu negara yang pertama mengadopsi teknologi seluler versi komersial. Teknologi seluler yang digunakan saat itu adalah NMT (*Nordic Mobile Telephone*) dari Eropa, disusul oleh AMPS (*Advance Mobile Phone System*). Teknologi seluler tersebut masih bersistem analog

sehingga dikenal sebagai teknologi seluler generasi pertama (1G). Pada tahun 1995 diluncurkan teknologi generasi pertama CDMA (*Code Division Multiple Acces*) yang disebut ETDMA (*Extended Time Division Multiple Acces*) yang dioperasikan oleh PT. Rajasa Hazanah Perkasa. Teknologi AMPS (*Advance Mobile Phone System*) ditangani oleh empat operator yakni PT. Elektrindo Nusantara, PT. Centralindo Panca Sakti, dan PT. Telekomindo Prima Bakti, serta PT. Telkom Indonesia sendiri. Sementara itu di dekade yang sama, diperkenalkan teknologi GSM (*Global System for Mobile Communications*) yang membawa teknologi telekomunikasi seluler di Indonesia ke era generasi kedua (2G). pada masa itu layanan pesan singkat (sms) menjadi fenomena dikalangan pengguna *handphone* karena sifatnya yang hemat dan praktis. PT. Satelit Palapa Indonesia (Satelindo) muncul sebagai operator GSM pertama di Indonesia, melalui keputusan Menteri Pariwisata, Pos, dan Telekomunikasi No.PM108/2/MPPT-93, dengan awal pemilik saham adalah PT. Telkom Indonesia, PT. Indosat, dan PT. Bimagraha Telekomindo, dengan wilayah cakupan layanan meliputi Jakarta dan sekitarnya.

Saat ini jumlah pengguna kartu prabayar lebih dominan atau lebih banyak dipakai oleh masyarakat Indonesia, karena sudah semakin banyak pilihan kartu GSM dan CDMA yang bisa dipakai sesuka hati atau sesuai keinginan dengan mudah, beberapa alasan lain seperti prosedur penggunaan kartu pascabayar yang rumit atau melalui proses yang tidak mudah, tidak bisa mengontrol pemakaian, dan kartu pascabayar umumnya sedikit menawarkan promo, juga menjadi alasan kenapa kartu prabayar lebih banyak dipakai oleh pengguna telepon seluler.

Dengan banyaknya pengguna kartu prabayar yang digunakan oleh masyarakat, maka penyelenggara jaringan telepon seluler (operator) lebih banyak

menawarkan berbagai macam paket internet yang ditawarkan untuk para penggunanya, karena ketertarikan masyarakat terhadap internet juga semakin tinggi. Berikut dibawah ini merupakan jenis-jenis paket internet yang ditawarkan oleh masing-masing provider :

Tabel 1.1
Jenis-Jenis Paket Internet

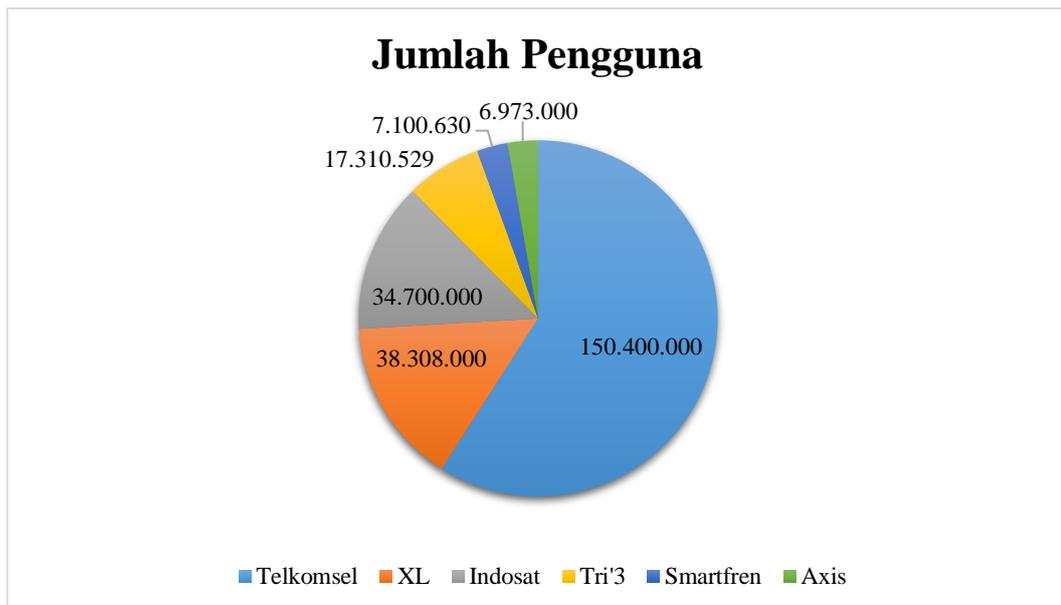
No	Nama Provider	Jumlah Paket	Nama Paket Internet
1	Telkomsel	6	Paket Internet Simpati, Pulsa Internet Simpati, Paket Internet Kartu AS, Pulsa Internet Kartu AS, Paket Internet Loop, Internet Kartu Hallo
2	XL	9	XL Xtra Rejeki, XL Xtra Combo VIP, XL Xtra Combo Baru, XL Xtra Kuota, XL Hotrod 24 jam, XL Hotrod Diskon, XL Hotrod Prima, XL Internet Super Ngebut, XL Prioritas My Prio Plan
3	Indosat	7	Indosat New Freedom, Indosat Freedom Combo, Indosat Freedom Izzy, Indosat Yellow, Indosat Unlimited, Indosat Speed Booster & Extra Kuota, Indosat Freedom Postpaid
4	Tri'3	11	Tri (3) Hot Sale, Tri (3) Khusus Bima+, Tri (3) Kenyang Download & Netmax, Tri (3) Harian, Tri (3) Bulanan, Tri (3) Keep On, Tri (3) Kombo Spesial, Tri (3) Game Max Plus, Tri (3) Movie Max Plus, Tri (3) Kuota Habis.
5	Smartfren	7	Smartfren Super 4G Unlimited, Smartfren Volume Basedd & Connex Evo, Smartfren Plan, Smartfren Super 4G, Smartfren Movie Plan, Roaming Smartren, Smartfren Midnight
6	Axis	5	Axis Owsem, Axis Bronet, Axis Obor, Axis Kzl, Axis Booster

Sumber : Data diolah peneliti, 2019

Berdasarkan tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa keragaman paket pada masing-masing provider sangat beragam pilihannya. Untuk provider Telkomsel menawarkan 6 pilihan paket internet, untuk XL menawarkan 9 pilihan paket

internet, Indosat menawarkan 7 pilihan paket internet, Tri'3 menawarkan 11 pilihan paket internet, smartfren menawarkan 7 pilihan paket internet, dan untuk Axis hanya menawarkan 5 pilihan paket internet. Karena kartu prabayar axis memiliki paket internet yang sedikit sehingga peneliti memilih kartu prabayar axis untuk diteliti.

Berdasarkan data dari Kementerian Komunikasi dan Informasi (Kominfo) pada tahun 2018 yang menunjukkan bahwa jumlah pengguna provider di Indonesia saat ini sebanyak 254.792.159 pengguna, dan banyaknya pengguna dari masing-masing provider terdapat pada gambar 1.1 sebagai berikut :



Gambar 1.1

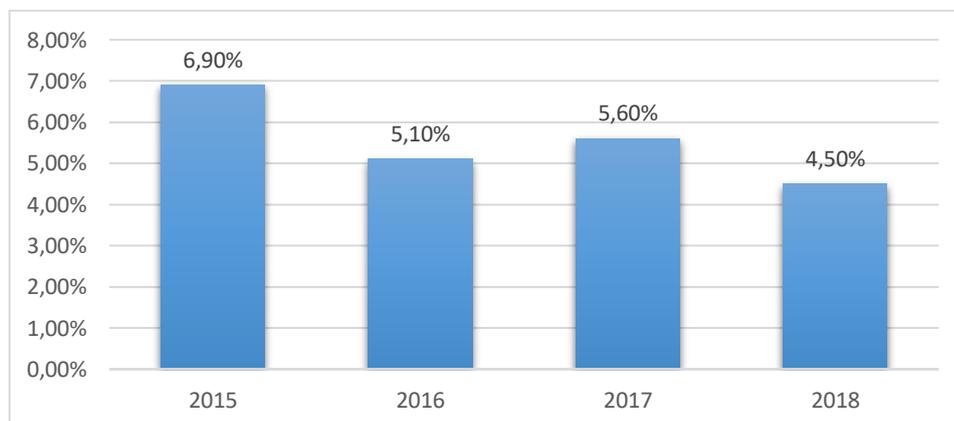
Jumlah Pengguna Masing-Masing Provider Tahun 2018

Sumber : Kementerian Komunikasi dan Informasi (Kominfo)

Berdasarkan gambar 1.1 diatas dapat dilihat pada tahun 2018 dari masing-masing provider memiliki jumlah *market share* yang berbeda, untuk jumlah pengguna terbesar masih ditempati oleh telkomsel yaitu sebesar 150.400.000 pengguna, telkomsel sendiri selalu konsisten dengan jumlah penggunanya yang

selalu menempati peringkat pertama dengan jumlah pengguna terbanyak selama beberapa tahun. Dan untuk jumlah pengguna terendah ditempati oleh provider axis yaitu dengan jumlah pengguna 6.973.000 pengguna.

Masalah yang terjadi diduga karena penurunan tingkat pengguna kartu prabayar axis yang mana hal ini dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, bisa dilihat dari aspek kualitas produk, keragaman produk, dan citra merek, hal tersebut berpengaruh juga terhadap kepuasan konsumen dan hal ini tentu dapat berpengaruh terhadap kelayakan pengguna kartu prabayar axis, disisi lain perusahaan terus berupaya mencari pelanggan baru atau mempertahankan pelanggan yang sudah menggunakan produknya, dengan tujuan akan berpengaruh terhadap hidupnya suatu perusahaan dalam jangka waktu yang panjang. Dilihat dari data diatas mengenai rendahnya jumlah pengguna kartu prabayar Axis mempengaruhi perkembangan indeks kartu prabayar Axis yang dijelaskan pada data dibawah ini :



Sumber : www://topbrand-award.com

Gambar 1.2

Perkembangan Indeks Kartu Prabayar Axis Tahun 2015-2018

Berdasarkan gambar 1.2 dapat dilihat bahwa perkembangan kartu prabayar Axis pada *Top Brand Indeks* di tahun 2015 sebesar 6,9%, dan mengalami penurunan pada tahun selanjutnya yakni pada tahun 2016, namun pada tahun

selanjutnya yaitu pada tahun 2017 kartu prayar Axis mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya, kemudian di tahun 2018 kartu prayar Axis turun kembali dengan persentase 4,5%. Sehingga ini menunjukkan bahwa kartu prayar Axis pada setiap tahunnya mengalami peningkatan dan penurunan (fluktuasi) dan persentase terendah terjadi pada tahun 2018 yang cenderung menurun. sehingga peneliti beranggapan bahwa kemungkinan terjadi adanya perpindahan merek, sehingga diduga adanya ketidakloyalan/ konsumen mencari alternatif lain.

Disisi lain upaya yang dilakukan perusahaan dalam menghadapi para pelanggan yang baru dan juga mempertahankan pelanggan yang lama, dilihat dari perkembangan penjualan diatas yang menunjukkan para pelanggan pengguna axis yang lama semakin berkurang persentasenya. Karena loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan memenuhi ekspektasi dan memuaskan pelanggan. Pelanggan yang terpenuhi ekspektasinya memiliki potensi untuk menjadi loyal terhadap produk tersebut, dengan harapan pengguna yang masih aktif masih mempertahankan produk axis sebagai produk jaringan telekomunikasinya dan ikut serta dalam merekomendasikan produknya kepada pihak lain, karena konsumen merasa puas terhadap produk yang digunakannya selama ini.

Dilihat dari data diatas, peneliti sampai pada pemikiran bahwa adanya permasalahan pada penurunan penjualan produk kartu prayar Axis. Dengan adanya produk provider pesaing yang lebih unggul dari kartu Axis membuat perusahaan PT. XL Axiata khususnya pada kartu Axis semakin berada dalam kondisi yang terus menurun dibandingkan dengan pesaing lain. Dengan kondisi yang cenderung menurun dapat diakibatkan karena banyaknya keluhan yang diterima oleh axis. Berikut dibawah ini adalah keluhan-keluhan yang diterima oleh

axis :



Sumber : <https://mediakonsumen.com>

Gambar 1.3 Keluhan Konsumen

Berdasarkan gambar 1.3 diatas dapat dilihat beberapa keluhan konsumen kepada provider axis, seperti yang tertera diatas banyak keluhan-keluhan yang disampaikan konsumen mengenai kualitas jaringan yang tidak stabil menjadi salah satu masalah yang paling sering dikeluhkan oleh konsumen, konsumen menilai kualitas jaringan kartu axis yang semakin memburuk hingga sulit untuk digunakan oleh konsumen. Selain kualitas jaringan ada juga keluhan lain seperti tarif sms hingga internet yang menjadi mahal, kualitas pelayanan yang semakin memburuk, banyak keluhan-keluhan yang disampaikan oleh konsumen tidak direspon oleh

pihak axis, sehingga membuat konsumen merasa kecewa dan tidak merasa puas dengan provider axis, dan itu dapat mempengaruhi loyalitas konsumen terhadap kartu prabayar axis.

Maka untuk memastikan faktor yang menjadi permasalahan tersebut, peneliti melakukan penelitian pendahuluan terlebih dahulu kepada 30 responden yang menggunakan kartu prabayar Axis di XL Center Bandung Jl. L.L. R.E Martadinata No. 7 Bandung Untuk mengetahui permasalahan yang ada, berikut ini table hasil dari survey pendahuluan yang dibagikan secara acak :

Tabel 1.2
Hasil Penelitian Pendahuluan Mengenai Loyalitas Konsumen Kartu
Prabayar Axis di XL Center Bandung

Dimensi	Pernyataan	Jawaban					Rata-Rata	Kategori
		SS	S	KS	TS	STS		
Loyalitas Konsumen	Saya tidak akan mengganti provider axis dengan provider lain	3	5	5	9	8	2,5	Kurang Baik
	Saya akan merekomendasikan produk axis kepada orang lain	4	5	7	10	4	2,8	Kurang Baik
	Saya tidak akan tertarik apabila ada yang menawarkan provider lain	4	6	8	9	3	3	Kurang Baik

Sumber : Penelitian Pendahuluan, 2019

Berdasarkan pada tabel 1.2 diatas menunjukkan bahwa loyalitas pengguna kartu prabayar axis di XL Center cukup rendah, hal ini dibuktikan dengan hasil survei penelitian yang telah dibagikan kepada 30 responden. Pada pernyataan “Konsumen tidak saya tidak berkeinginan untuk mengganti dengan provider lain”

mendapat nilai rata-rata 2,5. Pada pernyataan “Konsumen akan merekomendasikan produk axis kepada orang lain” mendapat nilai rata-rata 2,8, dan pada pernyataan “Konsumen tidak akan tertarik apabila ada yang menawarkan provider lain” mendapat nilai rata-rata 3. Berdasarkan hasil diatas dapat disimpulkan bahwa loyalitas konsumen terhadap kartu Prabayar axis masih rendah.

Loyalitas konsumen merupakan sebuah komitmen yang dimiliki konsumen untuk membeli kembali produk atau layanan yang disukai secara konsisten dimasa yang akan datang. Loyalitas muncul dapat dikarenakan konsumen merasa puas dengan produk/jasa yang digunakan sehingga mereka ingin menggunakan kembali produk tersebut.

Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi loyalitas konsumen, maka dilakukan penelitian pendahuluan berupa penyebaran kuesioner kepada 30 responden yang datang ke XL Center. Yang hasilnya disajikan pada tabel dibawah ini :

Tabel 1.3
Hasil Penelitian Pendahuluan Mengenai Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Kartu Prabayar Axis di XL Center Bandung

Dimensi	Pernyataan	Jawaban					Rata-Rata	Kategori
		SS	S	KS	TS	STS		
Kepuasan Konsumen	Saya merasa puas menggunakan kartu Axis	2	10	12	5	1	3,2	Kurang Baik
	Saya sangat puas dengan jaringan kartu Axis	1	8	13	6	2	3	Kurang Baik
	Saya sangat puas dengan pelayanan yang diberikan	2	11	14	4	-	3,5	Baik

	Axis							
--	------	--	--	--	--	--	--	--

Sumber : Penelitian Pendahuluan, 2019.

Berdasarkan survei penelitian pendahuluan pada table 1.3 menunjukkan bahwa pengunjung XL Center menilai kurang baik terhadap kepuasan konsumen pada penggunaan kartu prabayar Axis pada kuesioner yang dibagikan ke 30 responden, yang menyebabkan kepuasan konsumen terhadap produk axis rendah. Pada pernyataan “saya merasa puas menggunakan kartu Axis” mendapat nilai rata-rata 3,2, pada pernyataan “saya sangat puas dengan jaringan kartu Axis” mendapat nilai rata-rata 3, sedangkan pada pernyataan “saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan Axis” mendapat nilai rata-rata 3,5 dan masih dalam kategori baik.

Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen terhadap produk kartu prabayar axis rendah, bias dikarenakan adanya faktor-faktor yang membuat konsumen merasa tidak puas dengan kartu prabayar axis. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen terhadap produk Axis belum maksimal.

Kepuasan konsumen merupakan elemen pokok dalam pemikiran dan praktik pemasaran, serta kepuasan konsumen merupakan tingkat dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk/jasa yang diterima dan diharapkan. Persaingan dapat dimenangkan apabila perusahaan mampu menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Terjadinya kepuasan dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis.

Berdasarkan penyebab dari fenomena-fenomena yang terjadi diatas, penulis melakukan penelitian pendahuluan yang tujuannya untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi dan menyebabkan menurunnya kepuasan konsumen pada produk kartu prabayar Axis, dengan membagikan kuesioner kepada 30

responden di XL Center, dibawah ini hasil data yang diperoleh adalah sebagai berikut:

Tabel 1.4
Hasil Kuesioner Pendahuluan Terkait Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Ketidakpuasan Konsumen Terhadap Produk Kartu Prabayar Axis

Dimensi	Pernyataan	Jumlah Responden					Rata-rata	Kriteria
		SS	S	KS	TS	STS		
Produk (<i>Product</i>)	Produk yang ditawarkan Axis memiliki desain yang menarik menarik	3	15	7	5	-	3,5	Baik
	Produk Axis memiliki sinyal yang stabil	2	7	14	7	-	3,1	Kurang Baik
	Keragaman paket yang ditawarkan produk Axis sangat menarik dan sesuai dengan harga	3	9	12	6	-	3,3	Kurang Baik
Harga (<i>Price</i>)	Harga yang ditawarkan produk Axis lebih murah dari pesaing	6	15	8	1	-	3,7	Baik
	Tarif telepon dan sms lebih murah dari pesaing	4	15	10	1	-	3,7	Baik
Lokasi (<i>Place</i>)	Kartu Axis mudah di dapatkan	8	14	4	4	-	3,9	Baik
	Setiap konter pulsa menjual produk axis	12	10	4	4	-	4	Baik

Dimensi	Pernyataan	Jumlah Responden					Rata-rata	Kriteria
		SS	S	KS	TS	STS		
Promosi (<i>Promotion</i>)	Iklan yang diberikan produk Axis sangat menarik	6	16	8	-	-	3,9	Baik
	Promo yang diberikan produk Axis sangat menarik dan beragam	3	18	7	2	-	3,7	Baik
SDM (<i>People</i>)	Call centre Axis cepat dalam menangani keluhan konsumen	2	12	14	2	-	3,5	Baik
	Pelanggan diberikan pelayanan yang baik dan ramah	4	18	8	-	-	3,9	Baik
Proses (<i>Process</i>)	Pemberian informasi dengan proses yang mudah di mengerti oleh konsumen	3	13	14		-	3,6	Baik
	Kemudahan dalam melakukan proses registrasi	5	17	7	1	-	3,9	Baik
Bukti Fisik (<i>Physical Environment</i>)	Outlet Axis memiliki ruang tunggu yang nyaman, bersih dan rapi	3	18	8	1	-	3,8	Baik
	Kemudahan mengenali outlet Axis	4	18	7	1	-	3,8	Baik
Citra Merek	Kartu Axis adalah merek	3	11	7	6	3	3,2	Kurang Baik

Dimensi	Pernyataan	Jumlah Responden					Rata-rata	Kriteria
		SS	S	KS	TS	STS		
	kartu yang pertama kali diingat saat akan membeli							
	Citra merek kartu Axis sangat baik dimata konsumen	1	11	13	5	-	3,3	Kurang Baik

Sumber : Penelitian Pendahuluan, 2019

Berdasarkan tabel 1.4 menunjukkan bahwa hasil dari penyebaran kuesioner terdapat masalah-masalah yang mempengaruhi faktor ketidakpuasan konsumen pada kartu prabayar Axis yaitu kualitas produk dan citra merek. Dari 30 responden yang menjawab kuesioner ini terdapat 7 orang yang menyatakan tidak setuju, dan 14 orang yang menyatakan kurang setuju pada pernyataan “produk Axis memiliki sinyal yang stabil”, konsumen merasa tidak puas terhadap kualitas produk Axis. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan konsumen, hal ini disebabkan karena kualitas jaringan kartu prabayar Axis tidak sesuai dengan harapan konsumen, jaringan yang tidak stabil saat digunakan konsumen. Dan juga terdapat 12 orang menjawab kurang setuju, 6 orang menjawab tidak setuju pada pernyataan “keragaman paket yang ditawarkan kartu axis sangat menarik dan sesuai dengan harga”. Dan untuk faktor citra merek juga menjadi perhatian konsumen, dari 30 responden terdapat 7 orang yang menyatakan kurang setuju, 6 orang menyatakan tidak setuju, dan 3 orang menyatakan sangat tidak setuju pada pernyataan “kartu Axis adalah merek kartu yang pertama kali diingat saat akan membeli”. Dan terdapat 13 orang kurang setuju, dan 5 orang tidak setuju pada pernyataan “citra

merek kartu Axis sangat baik dimata konsumen”. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen terhadap produk Axis rendah dikarenakan banyaknya provider-provider pesaing yang memiliki citra merek yang baik dimata konsumen, yang juga mempengaruhi loyalitas konsumen terhadap provider axis, sehingga konsumen dapat mudah beralih pada produk pesaing yang lebih menarik perhatian dan mempunyai kualitas yang lebih baik.

Keragaman produk merupakan salah satu yang menjadi penyebab kepuasan konsumen, karena dengan adanya keragaman produk dapat memudahkan konsumen dalam memilih produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya, karena setiap konsumen memiliki selera yang berbeda-beda dalam hal memilih produk.

Kualitas produk merupakan hal yang penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan jika ingin produk yang dihasilkan dapat bersaing dipasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Semakin bertambah dewasanya pikiran konsumen dalam mempertimbangkan kualitas suatu produk yang akan dipilihnya, sehingga menuntut perusahaan untuk selalu memperbaiki kualitas mereka. Tingkat kepuasan konsumen sangat bergantung pada mutu suatu produk. Tingkat kualitas yang tinggi yang akan menghasilkan kepuasan konsumen yang tinggi, dengan menjaga kepuasan konsumen akan meningkatkan kelangsungan hubungan dengan konsumen lama dan terus membina konsumen baru (Nirma Kuriwati, 2013).

Citra merek terbentuk dari persepsi yang muncul dibenak konsumen ketika mengingat suatu merek atau produk, sebagai akibat dari apa yang dirasakan oleh konsumen terhadap produk atau jasa yang mereka gunakan tersebut. Dengan perkembangan pasar sekarang ini konsumen lebih banyak mempertimbangkan citra

merek dibandingkan dengan aspek-aspek produk lainnya. Semakin baik citra merek suatu produk maka konsumen semakin tertarik untuk memperoleh dan menggunakan produk tersebut.

Kepuasan konsumen merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya membeli hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan konsumen sedangkan ketidakpuasan konsumen timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan konsumen, jika tidak sesuai harapan rasa kecewa yang akan didapatkan oleh konsumen, sebaliknya jika sesuai dengan harapan, konsumen akan merasa puas. Kepuasan konsumen muncul akibat dari biaya yang dibebankan untuk suatu barang sesuai dengan kualitas produk yang diterima atau sesuai dengan harapan. Tujuan dari penelitian ini sesuai dengan hasil pra-survey.

Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen kartu prabayar axis menunjukkan bahwa keragaman produk, kualitas produk, dan citra merek yang mempengaruhi menurunnya kepuasan konsumen dan berdampak terhadap loyalitas konsumen kartu prabayar axis. Karena berdasarkan kuesioner dan wawancara dengan konsumen mengatakan bahwa keragaman paket data tidak sesuai dengan harga, kualitas jaringan yang tidak stabil, serta citra merek axis bukan merupakan merek yang pertama kali diingat oleh konsumen ketika akan membeli, sehingga kepuasan konsumen terhadap kartu prabayar axis rendah yang juga mempengaruhi pada loyalitas konsumen pada kartu prabayar axis.

Berdasarkan permasalahan dan fenomena yang diuraikan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dan menjadikan permasalahan yang terjadi sebagai topik penelitian dengan mengambil judul **“Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen**

dan Implikasinya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Kartu Prabayar Axis”.

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan diatas, ma penulis akan mengidentifikasi dan merumuskan mengenai permasalahan yang ada dalam penelitian.

1.2.1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas mengenai fenomena kartu prabayar Axis melalui hasil prasurvey, maka peneliti melakukan identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Persaingan dengan provider lain yang lebih unggul.
2. Peringkat kartu prabayar axis selalu berada di peringkat akhir pada *Top Brand Awards*.
3. Jumlah pengguna kartu prabayar Axis adalah yang terendah
4. *Top Brand Indeks* kartu prabayar axis fluktuasinya yang cenderung menurun
5. Banyaknya keluhan-keluhan yang disampaikan oleh konsumen kepada Axis
6. Konsumen menyatakan akan mengganti provider axis dengan provider lain
7. Konsumen menyatakan tidak akan merekomendasikan produk axis kepada orang lain
8. Konsumen menyatakan akan tertarik apabila ada yang menawarkan provider lain
9. Konsumen menyatakan tidak puas menggunakan kartu prabayar axis
10. Konsumen menyatakan tidak puas dengan jaringan kartu prabayar axis
11. Konsumen menyatakan produk axis tidak memiliki sinyal yang stabil

12. Konsumen menyatakan paket yang ditawarkan tidak menarik dan tidak sesuai dengan harga
13. Konsumen menyatakan kartu prabayar axis bukan merek pertama kali diingat saat akan membeli
14. Konsumen menyatakan kartu prabayar axis tidak memiliki citra yang baik dimata konsumen

1.2.2. Rumusan Masalah

Sesuai dengan uraian masalah yang disampaikan pada identifikasi masalah diatas, maka dapat ditarik masalah-masalah yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai keragaman produk, kualitas produk, dan citra merek kartu prabayar Axis.
2. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai kepuasan konsumen pada kartu prabayar Axis.
3. Bagaimana loyalitas konsumen kartu prabayar Axis.
4. Seberapa besar pengaruh keragaman produk, kualitas produk, dan citra merek terhadap kepuasan konsumen kartu prabayar Axis.
5. Seberapa besar pengaruh keragaman produk, kualitas produk, dan citra merek terhadap loyalitas konsumen.
6. Seberapa besar pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen kartu prabayar Axis.
7. Seberapa besar pengaruh keragaman produk, kualitas produk dan citra merek, terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen kartu prabayar Axis.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Tanggapan konsumen mengenai keragaman produk, kualitas produk, dan citra merek kartu prabayar Axis
2. Tanggapan konsumen mengenai kepuasan konsumen kartu prabayar Axis
3. Tanggapan konsumen mengenai loyalitas konsumen kartu prabayar Axis
4. Besarnya pengaruh keragaman produk, kualitas produk, dan citra merek terhadap kepuasan konsumen kartu prabayar Axis
5. Besarnya pengaruh keragaman produk, kualitas produk, dan citra merek terhadap loyalitas konsumen kartu prabayar Axis
6. Besarnya pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen kartu prabayar Axis
7. Besarnya pengaruh keragaman produk, kualitas produk dan citra merek terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen kartu prabayar Axis.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penulis mengharapkan penelitian ini dapat memberikan hasil yang bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan, terutama yang berhubungan dengan keragaman produk, kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan konsumen dan implikasinya terhadap loyalitas konsumen.

1.4.1 Kegunaan Teoritis

1. Menambah ilmu pengetahuan dan pemahaman yang belum diperoleh dalam perkuliahan biasa dengan membandingkan teori dengan praktik di lapangan.

2. Penelitian ini diharapkan dapat memberi referensi untuk manajemen pemasaran secara umum dan khususnya tentang pengaruh keragaman produk, kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan konsumen dan implikasinya terhadap loyalitas konsumen.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai diskusi atau wacana ilmiah serta dapat digunakan sebagai dasar penelitian selanjutnya.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi Penulis
 - a. Penelitian ini akan dapat menambah wawasan dan pengetahuan khususnya dalam bidang manajemen pemasaran.
 - b. Penulis dapat melihat dan menilai langsung mengenai keragaman produk, kualitas produk dan citra merek pada kartu prabayar Axis.
 - c. Penulis dapat mengetahui tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen kartu prabayar Axis.
2. Bagi Perusahaan
 - a. Hasil penelitian ini dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan keragaman produk, kualitas produk dan citra merek perusahaan.
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dalam menangani masalah yang dihadapi berkaitan dengan kepuasan dan loyalitas konsumen.
 - c. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan perusahaan sebagai bahan pertimbangan untuk lebih meningkatkan pencapaian tujuan perusahaan.

3. Bagi Pihak Lain

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti lain yang sejenis.
- b. Sebagai masukan bagi penulis lain yang sedang melakukan penelitian dengan bidang kajian yang sama.