

## ABSTRAK

Shodikin Kusno, Pengaruh Tarif, Media Periklanan, dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Kartu Prabayar Mentari (Survei Terhadap Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Indonesia angkatan 2004-2006) di bawah bimbingan Dr. Ratih Hurriyati, M.Si dan Chairul Furqon, S.Sos., MM.

Fenomena persaingan dalam era globalisasi mengarahkan sistem perekonomian Indonesia ke mekanisme pasar yang memposisikan pemasar untuk selalu mengembangkan dan merebut pangsa pasar (*market share*). Liberalisasi perdagangan berakibat pada tingkat persaingan pasar industri maupun konsumsi yang semakin meningkat. Selain itu, perkembangan teknologi yang semakin pesat, turut mendorong berbagai perusahaan untuk melakukan kegiatan pemasaran yang sesuai dengan kondisi aktual pasar, termasuk perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam bidang telekomunikasi nirkabel.

Saat ini, dari sekitar 220 juta penduduk Indonesia, tercatat baru sekitar 53,7 juta atau 24% yang menggunakan jasa telepon selular ([www.kompas.com](http://www.kompas.com)), keadaan tersebut, menggambarkan masih besarnya potensi pasar, dan membuat persaingan dalam industri telekomunikasi nirkabel menjadi semakin ketat.

Salah satu perusahaan terbesar yang bergerak dalam bidang telekomunikasi nirkabel ini adalah PT. Indosat dengan salah satu produknya, yaitu kartu prabayar Mentari, dengan kondisi persaingan yang ketat tersebut maka PT. Indosat perlu mengkaji strategi pemasarannya, antara lain melalui tarif, media periklanan, dan promosi penjualan, yang tentunya akan berdampak pada loyalitas pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tanggapan pengguna kartu prabayar Mentari mengenai tarif, media periklanan, dan promosi penjualan yang diterapkan oleh Mentari, untuk mengetahui gambaran loyalitas pelanggan pengguna kartu prabayar Mentari, dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh tarif, media periklanan, dan promosi penjualan terhadap loyalitas pelanggan pengguna kartu prabayar Mentari.

Hal tersebutlah yang mendorong dilakukannya penelitian ini, yaitu mengenai pengaruh tarif, media periklanan, dan promosi penjualan terhadap loyalitas pelanggan pengguna kartu prabayar Mentari. Adapun yang menjadi objek penelitian ini adalah mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Indonesia angkatan 2004-2006. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah tarif ( $X_1$ ), media periklanan ( $X_2$ ), dan promosi penjualan ( $X_3$ ), sedangkan untuk variabel terikat adalah loyalitas pelanggan ( $Y$ ).

Jenis penelitian ini adalah deskriptif verifikatif dengan metode *Explanatory survey*. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 120 orang, diperoleh melalui teknik *simple random sampling* (SRS). Analisis data dan uji hipotesis menggunakan analisis jalur (*path analysis*), teknik analisis jalur ini digunakan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung dari setiap variabel bebas terhadap variabel terikat.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh tarif, media periklanan, dan promosi penjualan terhadap loyalitas pelanggan pengguna kartu prabayar Mentari cukup signifikan. Pengaruh terbesar adalah melalui promosi penjualan, kemudian diikuti oleh media periklanan, dan tarif.



## ABSTRACT

*Shodikin Kusno. The Influence of Tariff, Advertising Media, and Sales Promotion towards the Customer Loyalty of Mentari Prepaid Card Users (A Survey to the students of Economic Education Department FPIPS UPI period of 2004-2006). Under the supervision of Dr. Ratih Humiyati, M.Si and Chairul Furqon, S.Sos, MM.*

*Competitive phenomenon in the global era has pointed out Indonesian economic system to market mechanism which positioned the marketers to always develop and take good market shares. The trade liberalization has effected not only competitiveness level in the market industry but also to the increasing consumption rate. Beside, the advanced technology development, has contributed to many companies to do proper marketing strategies that are able to answer the actual market condition challenges, including those who are in the wireless telecommunication industry.*

*At present, from around 220 million Indonesian citizens, only 53,7 million or 24% used cellular phone service (www.kompas.com). This condition has reflected the high market potential to be entered, and this has made the competition in the wireless telecommunication industry is becoming tighter.*

*One of the biggest companies in the wireless telecommunication industry is PT. Indosat with one of its products is Mentari prepaid card. Facing the tighter competitive condition, PT. Indosat has to analyze its marketing strategy, i.e. tariff, advertising media, and sales promotion, which all have effect on the customer loyalty.*

*This research intends to know description of Mentari prepaid card users, about Mentari's tariff, advertising media, and sales promotion, to know the description of customer loyalty of Mentari prepaid card user, and influence of tariff, advertising media, and sales promotion towards the customer loyalty of Mentari prepaid card users..*

*The above mentioned idea has supported this research, that is, the influence of tariff, advertising media, and sales promotion towards the customer loyalty of Mentari Prepaid Card Users. The object of this research is students at Economic Education Department FPIPS UPI batch of 2004-2006. independent variables for this research are tariff ( $X_1$ ), advertising media ( $X_2$ ), and sales promotion ( $X_3$ ), while the dependent variable is customer loyalty ( $Y$ ).*

*The type of this research is verificative descriptive, using the method of Explanatory Survey. The number of samples used in this research is 120 people, and this is done through the Simple Random Sampling (SRS) technique. The data analysis and the hypothesis test use Path Analysis to know the direct and indirect influence of each independent variable to dependent variable.*

*The result show that the influence of tariff, advertising media, and sales promotion towards the customer loyalty of Mentari prepaid card users are quite significant. The biggest influence is through sales promotion, followed by advertising media and tariff.*



## KATA PENGANTAR

**Bismillahirrahmaanirrahiim,**

**Assalamualaikum Wr. Wb.**

Puji syukur selalu kita panjatkan kepada pemilik alam raya, yang maha pemberi dan maha pelindung, yang tidak ada kekuatan lain melebihi kekuatan-Nya, Allah SWT dan atas ridha-Nya lah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar. Shalawat dan salam tertuju pada pemimpin hingga akhir jaman, suri tauladan untuk semua umat manusia, Nabi Muhammad Saw.

Kartu Prabayar Mentari adalah salah satu produk yang dikeluarkan oleh PT. Indosat. Sebagai salah satu operator selular nirkabel di Indonesia, keberadaan produk Mentari memerlukan suatu strategi pemasaran dalam rangka untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu membentuk loyalitas pelanggan pengguna kartu Prabayar Mentari. Adapun strategi yang dapat dilaksanakan adalah dengan pelaksanaan program dari unsur-unsur bauran pemasaran yang ada antara lain yaitu melalui tarif, media periklanan, dan promosi penjualan sehingga akan berdampak pada loyalitas pelanggan pengguna kartu Prabayar Mentari.

Penulis mengakui masih banyak kelemahan dan kekurangan dalam penulisan skripsi ini, itu semua disebabkan karena keterbatasan pengetahuan, pengalaman, dan kemampuan penulis, tetapi penulis tetap berharap semua ini ada manfaat yang bisa diambil, khususnya bagi penulis dan umumnya bagi para pembaca yang berminat untuk mempelajarinya.

Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. Dr. H. Sunaryo Kartadinata, M.Pd., selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Bapak Prof. Dr. H. Suwama Al Muchtar SH. M.Pd., selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia.
3. Bapak Dr. H. Edi Suryadi, M.Si selaku Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia.
4. Bapak Prof. Dr. H. Suryana, M.Si selaku Ketua Program Manajemen Jurusan Pendidikan Ekonomi.
5. Ibu Dr. Ratih Huriyati, M.Si selaku Pembimbing I yang dengan penuh kesabaran telah memberikan bimbingan motivasi, dan masukan yang terbaik bagi penulis.
6. Bapak Chairul Furqon, S.Sos, MM selaku Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, saran serta bantuan selama penulisan skripsi ini.
7. Ibu Heny Hendrayati, S.IP, MM atas kesempatan yang diberikan untuk berdiskusi dan memberikan arahan serta pengajaran-pengajaran yang berharga bagi penulis.
8. Ibu Dr. Vanessa Gaffar, SE., Ak., MBA, Ibu Ayu Krishna Yuliawati, S.Sos., MM, dan Ibu Mayasari, SE., MM atas kesempatan yang diberikan dan kesediaan waktunya untuk menguji penulis pada sidang skripsi gelombang II.
9. Seluruh Dosen Program Manajemen Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Indonesia, dan dosen-dosen dari program lain yang telah memberikan materi selama perkuliahan.
10. Ibu Yayah yang telah mengurus nilai-nilai saya. (maaf merepotkan, bu)
11. Seluruh Staf Administrasi di lingkungan Program Studi Manajemen Jurusan Pendidikan Ekonomi FPIPS UPI.

12. Ayahanda dan Ibunda tercinta, juga kakak dan adikku, serta keluarga yang tercinta dan tersayang yang telah memberikan semangat dan selalu memberikan do'a, perhatian, kasih sayang, dukungan dan pengorbanan yang tidak ternilai harganya.
13. Guru-guru selama penulis berada di TK sampai dengan SMU.
14. Sahabat-sahabatku, Sandi, Tini, Dini, Methi, Enneng, Dani, Crina, Astri, Ilham, Ryan, Pian, Afdhal, Eko, Susan, Desyana, Citra, Ari, Harianto, Ermaya, Alek, Nando, Wine, Ajat, Adit, Ade, Irfan, Agung, Hikam, Gilar, Yulie, Yunia, Iip, Iin, Ina, Jane, Prie, Thia, Dewi, Niken, Autumn, Shepty Liana, Intan, dan semua teman-teman manajemen khususnya angkatan 2002, terima kasih atas kebersamaannya selama kegiatan perkuliahan.
15. Pementor dan murabbi yang telah mentarbiyah penulis menjadi jauh lebih baik, insyaallah.
16. Para responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian
17. Serta kepada semua pihak yang banyak membantu penulis namun tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, jazakumullah khairan katsiran semoga dinilai sebagai ibadah oleh Allah.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan para pembaca pada umumnya. Semoga Allah Subhanahuwata'ala, senantiasa melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua, amin.

**Allhamdulillahirobbilalamiin**

Bandung, 19 April 2007

Penulis

