

ABSTRAKSI

Nama : Aldila Idha Anggraini
Fak/Jurusan : ISIP/ Komunikasi
Judul : Hubungan Antara Daya Tarik Promosi IM3 Groov3 dan Customer Satisfaction dengan Loyalitas Pengguna Kartu Prabayar IM3

Latar belakang penelitian ini didasari karena melihat fenomena perang tarif yang dilakukan para operator seluler, yaitu menurunkan harga dalam jumlah besar agar pelanggan tetap menggunakan produk atau jasa dari perusahaan tersebut. Akan tetapi kegiatan promosi tersebut membuat banyak pelanggan beralih menggunakan operator lain yang dinilai mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan tersebut. Melihat fenomena tersebut maka IM3 melakukan strategi promosi yang berbeda dengan operator seluler lain untuk membentuk kepuasan pelanggan dan meningkatkan loyalitas pelanggannya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara daya tarik promosi IM3 Groov3 dan *customer satisfaction* dengan loyalitas pengguna kartu prabayar IM3.

Teori yang mendukung dalam penelitian ini adalah Teori *Pay-Off* yang menyebutkan bahwa dimana dalam usaha mempengaruhi seseorang atau orang banyak pada hakikatnya kita bisa melakukannya dengan jalan memberi harapan – harapan baik atau mengiming – imingi hal yang baik. Serta *Equity Theory* yang menjelaskan bahwa seseorang akan puas bila rasio hasil (*outcome*) yang diperolehnya dibandingkan dengan input yang digunakan dirasakan *fair* atau adil. Dengan kata lain kepuasan terjadi bila konsumen merasakan bahwa rasio hasil terhadap inputnya proporsional terhadap rasio yang sama (*outcome* dibanding input) yang diperoleh orang lain.

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Explanatory*, karena peneliti ingin mengetahui hubungan antar variabel penelitian yang sudah dirumuskan dalam hipotesis. Sedangkan populasi yang diambil adalah Mahasiswa FISIP UNDIP angkatan 2006 – 2008 dan menghasilkan sampel *riil* sebanyak 97 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *systematic random sampling*. Analisis data penelitian ini menggunakan korelasi Rank Kendall.

Berdasarkan penghitungan statistik dengan menggunakan korelasi Rank Kendall dan dianalisis dengan SPSS, maka secara signifikan daya tarik promosi IM3 Groov3 (X_1) mempunyai hubungan yang positif dengan loyalitas pengguna kartu prabayar IM3 (Y) yaitu sebesar 0,001 dan koefisien korelasi sebesar 0,247. Sedangkan *customer satisfaction* (X_2) mempunyai hubungan yang positif dengan loyalitas pengguna kartu prabayar IM3 (Y) yaitu sebesar 0,016 dan koefisien korelasi sebesar 0,191. Jadi dapat disimpulkan bahwa walaupun daya tarik promosi IM3 Groov3 dan *customer satisfaction* mempunyai hubungan yang positif dengan loyalitas pengguna kartu prabayar IM3 akan tetapi kecenderungan korelasinya lemah yaitu $<0,5$. Lemah korelasi tersebut dikarenakan kedua variabel yang diajukan ternyata kurang memperkuat terjadinya loyalitas pelanggan. Jadi, promosi pada dasarnya dilakukan untuk menarik calon konsumen agar membeli produk yang ditawarkan. Promosi yang hanya bersifat mengingatkan pelanggan tentang adanya promosi tersebut dilakukan karena konsumen telah menggunakan produk tersebut. Sedangkan *customer satisfaction* dan kualitas pelayanan keduanya merupakan *construct* yang memiliki korelasi yang tinggi. Akan tetapi fakta dilapangan menunjukkan bahwa masih banyak responden yang kurang puas dengan pelayanan yang diberikan perusahaan. Selain itu adanya dugaan mengenai variabel – variabel lain yang justru berpengaruh kuat dengan tingginya loyalitas pelanggan seperti harga, kepercayaan, retensi pelanggan, pangsa pelanggan, keterikatan (*attachment*) dan pembelian berulang.

Disetujui Oleh Pembimbing I
Semarang, Mei 2010

Dr. Hedi Pudjo Santosa
NIP. 19610510.198902.1.002