

Persepsi mahasiswa Institut Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (IISIP) Jakarta terhadap kualitas produk kartu pra bayar kartu AS

Irwan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20463331&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Persaingan jasa telekomunikasi selular saat ini sangat ketat, seiring dengan kebutuhan konsumen pada sektor ini yang juga bertambah tinggi, berbagai sasaran pasar berusaha direbut produsen, juga berbagai pangsa pasar berusaha diduduki oleh produsen. Konsumen saat ini dihadapi oleh berbagai macam pilihan dari jasa pertelekomunikasian selular. Berbagai macam fasilitas dan kelebihan di tawarkan produsen kepada konsumen, namun pada dasarnya kualitas produklah yang menentukan pilihan akhir dari konsumen, oleh sebab itu kualitas merupakan suatu kunci keberhasilan dari sebuah perusahaan jasa telekomunikasi selular untuk dapat memenangkan persaingan.

Menghadapi persaingan tersebut PT. Telekomunikasi selular (Telkomsel) tidak mau ketinggalan dalam merebut pangsa pasar pada bisnis telekomunikasi seluler di Indonesia, tiga produk diluncurkan guna menguasai pasar, salah satunya adalah Kartu AS yang di luncurkan pada 24 Mei 2004 yang lalu, produk ini dilengkapi dengan berbagai macam fitur, fasilitas dan teknologi yang baik. Hal ini dimaksudkan untuk dapat meningkatkan pelayanan bagi pelanggannya yang salah satunya adalah mahasiswa. Dari sebageian besar mahasiswa pelanggan kartu AS diantaranya adalah mahasiswa Institut Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (IISIP) Jakarta yang sebagian besar telah menggunakan kartu AS sebagai sarana komunikasi andalannya. Seperti diketahui bahwa usia mahasiswa relatif muda, tentunya pada usia ini unsur coba-coba dan mencari sesuatu yang baru banyak mempengaruhi dalam memilih produk, salah satu dari keinginannya adalah produk yang berkualitas dengan harga yang murah

Penelitian ini membahas tentang bagaimana persepsi dan harapan mahasiswa IISIP Jakarta terhadap kualitas produk kartu prabayar Kartu AS. Sebagai landasan teori digunakan teori-teori tentang pemasaran, produk, perilaku konsumen serta persepsi dari Schiffman and Kanuk, dan teori persepsi dari David Aaker dan Jhon G. Myer disamping itu pada penelitian ini juga menggunakan teori dimensi kualitas dari David Garvin. dan teori Performace Importance Analysis dari Darmadi Duriyanto serta teori Indeks Kualitas Kasar dari Prasetya Irawan. Adapun subyek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Institut Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (IISIP) Jakarta. Penelitian ini menggunakan metode survey dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 orang responden mahasiswa. Selain itu untuk mendukung analisis data primer, digunakan juga data skunder atau studi kepustakaan dari berbagai referensi ilmiah yang relevan dengan topik penelitian ini

Dalam pengolahan data dipergunakan software SPSS 10.01, untuk memperoleh gambaran mengenai persepsi dan harapan mahasiswa terhadap kualitas produk kartu prabayar Kartu AS. Secara umum mayoritas responden memberikan tanggapan positif terhadap berbagai atribut, disamping itu harapan yang tinggi terhadap kualitas Kartu AS juga merupakan jawaban mayoritas dari responden. Disisi lain terjadi kesenjangan antara persepsi dengan harapan responden, khususnya pada atribut tarif sms, tarif percakapan, fasilitas bebas roaming dan masa aktif kartu AS. Namun pada intinya secara umum sudah tercipta kesesuaian antara persepsi responden dengan harapan responden terhadap kualitas kartu AS.

</br>