

Bab I
Pendahuluan

Bab I

Pendahuluan

I. Latar belakang

Setiap perusahaan biasanya didirikan dengan tujuan untuk meraih laba, meningkatkan pangsa pasar, memberikan pelayanan sosial. Untuk memantau, ataupun memahami dan memenuhi harapan konsumen biasanya perusahaan membutuhkan suatu riset pemasaran.

Riset pemasaran merupakan salah satu teknik yang menjadi kunci dalam pemasaran yaitu berupa informasi sebagai jembatan bagi konsumen dan produsen. Informasi tentang pasar suatu perusahaan dikumpulkan dan dianalisa agar dapat diketahui segala hal mengenai perusahaan. Atas dasar inilah strategi dan program pemasaran disusun. Akan tetapi riset pemasaran bukanlah pengganti keputusan manajemen, melainkan hanya alat bantu untuk membuat keputusan yang lebih baik dengan menyediakan informasi tambahan yang bermanfaat dalam pemecahan masalah pemasaran yang spesifik. Riset pemasaran juga tidak dapat menggantikan *judgment* manajemen. Bersama-sama dengan faktor pengalaman manajerial, *judgment* tetap dibutuhkan dalam pengambilan keputusan, agar keputusannya dapat lebih akurat. Selain itu riset pemasaran juga bisa digunakan sebagai alat ukur atau pembandingan antara suatu produk atau jasa dengan yang lainnya.

Dalam skripsi ini akan dilakukan riset pemasaran dalam layanan jasa Internet. Fokus penelitian adalah pada *Internet Service Provider*(ISP) yang ada di Surabaya yaitu : Dnet, Indosat, Wasantara, Mitranet, Telkomnet, dan Radnet yang bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan pelanggan terhadap layanan jasa ISP. Faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan pelanggan yang menjadi fokus penelitian berkaitan dengan harga, gar

penelitian ini tidak meluas, maka responden dalam penelitian ini difokuskan ke mahasiswa.

II. Permasalahan

Permasalahan utama yang diangkat dalam skripsi ini adalah mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pilihan konsumen, khususnya mahasiswa dalam berlangganan layanan jasa *Internet Service Provider*.

III. Tujuan

Tujuan penelitian adalah

1. Mengetahui karakter pelanggan pada suatu layanan jasa *Internet provider*.
2. Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan pelanggan dalam *Internet provider*

IV. Batasan Masalah

Batasan masalah penelitian adalah

1. Ruang lingkup pembahasan adalah *Internet provider* yang bukan *cable internet*.
2. Konsumen yang dimaksud dalam penelitian merupakan pengguna atau pelanggan jasa layanan *Internet Service Provider* dari kalangan mahasiswa. Adapun responden mahasiswa diambil 5 Universitas yaitu : Universitas Widya Mandala Surabaya, Universitas Kristen Petra, Universitas Surabaya, ITS, dan UNAIR.

V. Sistematika Penulisan

BAB I :PENDAHULUAN

Berisi latarbelakang, permasalahan tujuan, manfaat, batasan masalah, dan sistematika penulisan.

BAB II :TINJAUAN PUSTAKA

Merupakan dasar teori dari penelitian meliputi metode statistik untuk pengolahan data dan analisa.

BAB III :METODOLOGI PENELITIAN

Merupakan tahapan penelitian dalam penyelesaian masalah.

BAB IV :PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pengumpulan data berdasarkan kuisisioner dan pengolahan data dengan metode yang sesuai.

BAB V :ANALISA DATA

Menganalisa data hasil pengolahan data dan menjadikannya informasi untuk menjawab permasalahan penelitian.

BAB IV :KESIMPULAN DAN SARAN

Penarikan kesimpulan dari hasil penelitian serta memberi masukan berupa saran.