

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Permasalahan

Perkembangan teknologi yang berkembang dengan pesat akhir akhir ini menjadikan teknologi berperan penting di berbagai bidang bisnis dan menunjang kegiatan usaha. Semakin terasanya kemajuan teknologi informasi di negara kita, telah membuat para pemilik perusahaan untuk mengambil langkah cepat dalam berkompetisi dalam persaingan bisnis. Dengan pemakaian teknologi informasi, diharapkan dapat membantu pihak perusahaan untuk meningkatkan hasil kerja yang lebih baik dan membantu mempersiapkan diri dalam menghadapi era pasar bebas dimana persaingan yang terjadi semakin ketat.

Salah satu strategi pemasaran yang sedang berkembang saat ini adalah penggunaan *E-marketing* dimana hampir semua perusahaan besar atau kecil menggunakan media ini untuk memperkenalkan produk atau jasa yang mereka miliki. *E-marketing* memiliki konsep yang sama seperti pemasaran konvensional, tetapi ada beberapa perbaikan yaitu pada pelayanan kepada pelanggan yang lebih tanggap. Sehingga dapat dipastikan dengan perancangan *E-Marketing* yang nantinya akan diimplementasikan akan membawa banyak keuntungan bagi bisnis terkait dan membawa perusahaan untuk tetap kompetitif dalam persaingan dengan perusahaan lain.

BINUS UNIVERSITY merupakan sebuah lembaga pendidikan yang awal mulanya didirikan pada tahun 1996 dan digabungkan dengan STMIK BINA NUSANTARA pada tahun 1998. Lembaga pendidikan ini mempunyai staff serta tenaga pengajar yang profesional dan berkompeten. BINUS UNIVERSITY telah mengimplementasikan IT dalam setiap aspek dari proses bisnisnya sehingga kinerja sistemnya menjadi optimal. karena itu penulis akan mengangkat sebuah topik untuk pembahasan skripsi untuk meneliti kinerja pemasaran dari BINUS UNIVERSITY dengan judul “ANALISA PERSEPSI PELANGGAN TERHADAP ONLINE BRANDING (STUDI KASUS : www.binus.ac.id)”. Sehingga diharapkan dapat membantu bagian marketing untuk mengevaluasi sistem pemasaran dari BINUS UNIVERSITY dan menjadikan sistem pemasaran dari BINUS UNIVERSITY kedepannya menjadi lebih baik.

1.2 Rumusan Permasalahan

- Adakah hubungan antara *Attract* dengan *Online Branding*?
- Adakah hubungan antara *Engage* dengan *Online Branding*?
- Adakah hubungan antara *Retain* dengan *Online Branding*?
- Adakah hubungan antara *Learn* dengan *Online Branding*?
- Adakah hubungan antara *Relate* dengan *Online Branding*?
- Adakah pengaruh antara *Attract* dengan *Online Branding*?
- Adakah pengaruh antara *Engage* dengan *Online Branding*?
- Adakah pengaruh antara *Retain* dengan *Online Branding*?
- Adakah pengaruh antara *Learn* dengan *Online Branding*?

- Adakah pengaruh antara *Relate* dengan *Online Branding*?

1.3 Ruang Lingkup

Agar penulisan ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari pembahasan, maka kami membatasi penelitian pada *E-marketing* BINUS UNIVERSITY, dimana lebih dikhususkan lagi pada *website* BINUS sendiri (www.binus.ac.id) dengan persepsi pelanggan terhadap *online branding* pada website BINUS. Yang dimaksud pelanggan dalam penelitian ini adalah mahasiswa dari BINUS UNIVERSITY yang aktif mengikuti perkuliahan. penelitian ini dilakukan dengan responden dari BINUSIAN 2011-2014 semua jurusan. Penelitian ini akan menggunakan *Digital Marketing Framework* untuk menganalisa persepsi mahasiswa terhadap *Online Branding*.

1.4 Tujuan Dan Manfaat

Tujuan dari penelitian ini adalah kita dapat mengetahui bagaimana persepsi dari pelanggan terhadap *Online Branding* pada website BINUS (binus.ac.id).

Adapun manfaat-manfaat yang dapat diperoleh adalah sebagai berikut:

- Memberikan informasi kepada BINUS UNIVERSITY mengenai *online branding* pada website BINUS
- Memberikan masukan kepada BINUS UNIVERSITY dalam mengembangkan *E - Marketing* sehingga dapat mendukung strategi pemasaran.

1.5 Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini dibagi menjadi lima bab, tiap bab terdiri dari beberapa sub bab yang digunakan untuk mempermudah pembahasan masalah. Adapun sistematika penulisan skripsi ini dijabarkan sebagai berikut:

BAB 1. PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, ruang lingkup, metodologi, tujuan dan manfaat dari penelitian serta sistematika penulisan skripsi ini.

BAB 2. LANDASAN TEORI

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai teori-teori dan rumus-rumus yang dapat digunakan sebagai landasan untuk mengolah data, memecahkan masalah dan analisis skripsi.

BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini didasarkan pada permasalahan yang ada dan mencari solusi permasalahan dengan melakukan studi pustaka dan jurnal-jurnal. Setelah ditemukan model penelitian yang cocok dengan permasalahan yang ada, maka dilanjutkan dengan mengumpulkan data dengan menggunakan kuesioner. Selanjutnya data yang terkumpul dianalisa dengan menggunakan program SPSS untuk menjawab permasalahan yang ada dalam penelitian ini.

BAB 4. HASIL PENELITIAN

Merupakan bab yang menganalisa dan membahas permasalahan yang ada. Bab ini membahas karakteristik responden, deskripsi data hasil penelitian, pengujian persyaratan analisis, pengujian hipotesis, analisis korelasi, analisis regresi, dan gap.

BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini membahas simpulan-simpulan yang diperoleh dari pembahasan bab-bab sebelumnya, serta saran-saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi Universitas Bina Nusantara.