

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Kepuasan konsumen merupakan salah satu tujuan esensial aktivitas bisnis, serta mempunyai pengaruh yang kuat untuk menimbulkan tingkat loyalitas masyarakat terhadap produk. Kepuasan konsumen sangat penting bagi bisnis baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang. Hubungan antara kualitas, kepuasan konsumen dan loyalitas adalah salah satu topik penelitian yang paling populer di antara topik penelitian tentang layanan (Pilkington dan Chai 2008 dalam Kah-Hin Chai *et al*, 2009 : 93). Sehingga terdapat beberapa studi yang menyatakan bahwa kepuasan dan loyalitas konsumen dipengaruhi oleh kualitas layanan. Kepuasan produk dan kepuasan layanan dapat mempengaruhi niat konsumen terhadap produsen dan penyedia layanan (Mittal, Kumar *et al*, 1999 dalam Kah-Hin Chai *et al*, 2009 : 93). Penelitian Kah-Hin Chai telah menunjukkan bahwa keberhasilan jangka panjang sebuah perusahaan berkaitan erat dengan kemampuan perusahaan untuk beradaptasi dengan kebutuhan pelanggan dan preferensi berubah (Takala *et al*, 2006 dalam Bee Wah Yap *et al*, 2012 : 154).

Namun, ada juga penelitian lain yang menunjukkan bahwa kepercayaan adalah hal yang lebih penting daripada kepuasan dalam memastikan loyalitas (Caceras *et al*, 2007 dalam Bee Wah Yap *et al*, 2012 : 154). Penelitian yang dilakukan oleh Duncan dan Elliot menunjukkan hubungan antara loyalitas

pelanggan dan profitabilitas organisasi, sehingga menginformasikan bahwa setiap organisasi dengan pelanggan setia memiliki keunggulan kompetitif yang cukup (Duncan *et al*, 2002 dalam Bee Wah Yap *et al*, 2012 : 154). Oleh karena itu, dalam penelitian kepuasan pelanggan, kepercayaan dan loyalitas sangat penting dan berguna bagi perusahaan mengembangkan strategi untuk mempertahankan pelanggan yang lebih baik.

Salah satu industri yang saat ini sangat pesat perkembangan dan persaingannya adalah industri layanan komunikasi dan teknologi. Pola komunikasi yang berbasis komunitas ini telah dimulai oleh Blackberry. Sebagai perusahaan yang memproduksi *handphone* Blackberry (BB), *Research In Motion* (RIM) harus memperhatikan aspek yang berdampak pada loyalitas pelanggan. Hal ini mengingat bahwa industri teknologi komunikasi termasuk industri yang memiliki siklus industri yang relatif pendek. Apalagi pesaing dengan fitur yang bermacam-macam dan memenuhi kebutuhan pelanggan maka semakin besar pula upaya strategis yang harus diantisipasi oleh RIM. Misalnya di tahun 2008 muncul *smartphone* berbasis Android dan I-Phone dan telah menggeser pangsa pasar BB pada tahun 2010 di pasar global. Tabel 1.1 menunjukkan persentase pengguna *smartphone* yang tercatat pada Januari 2012.

Tabel 1.1
DATA PENGGUNA SISTEM OPERASI PADA SMARTPHONE
JANUARI 2012

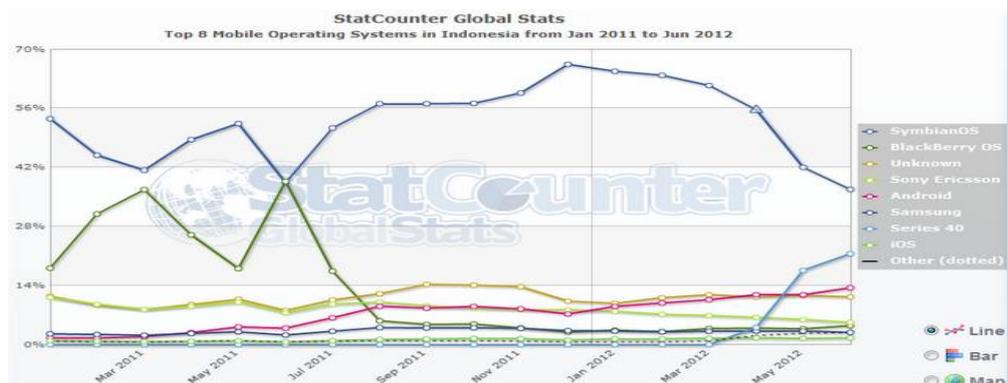
No.	Sistem Operasi	Persentase Pengguna
1	Android	58.8 %
2	Ios	32.3 %
3	Blackberry OS	6.7 %

4	Symbian	1.4 %
5	Windows Phone / Mobile OS	0.5 %

Sumber : www.jumptap.com di akses tanggal 20 Oktober 2012.

RIM dengan produk Blackberry yang diluncurkannya mulai menunjukkan penurunan penjualan sejak tahun 2010. Masalah ini secara internal perusahaan telah dikuatkan dengan adanya persoalan kompleks, misalnya mundurnya beberapa eksekutif dan rencana RIM untuk melakukan restrukturisasi secara global dengan memecat sekitar 2.000 karyawan diseluruh dunia (teknologi.kompasiana.com). Hal ini berdampak pada mulai beralihnya pelanggan RIM ke pesaing, seperti I-Phone dan *smartphone* berbasis Android produksi Google. Akibatnya penjualan Blackberry di pangsa pasar global, RIM mengalami penurunan hingga 6,7 persen dalam perempat pertama tahun 2012 (teknologi.kompas.com).

Di Indonesia sendiri Blackberry mengalami penurunan yang sangat drastis dalam persaingan *smartphone* di Indonesia. Berikut grafik pengguna berdasarkan sistem operasi pada *smartphone* di Indonesia :



Gambar 1.1
GRAFIK PENGGUNA SISTEM OPERASI PADA SMARTPHONE
DI INDONESIA

sumber : gs.statcounter.com

Sekalipun Blackberry naik dengan drastis peningkatan pengguna dengan persentase 40% sejak Mei 2011, jumlah pengguna Blackberry dari bulan ke bulan menurun drastis sejak bulan Juni di Indonesia. Jumlah pengguna Blackberry seperti pada grafik di atas diperlihatkan masih di bawah jumlah pengguna Android maupun Symbian di sepanjang periode 2012.

Penyebab turunnya pengguna Blackberry adalah kurangnya inovasi dan beberapa tahun tidak mengalami banyak perubahan dari segi bentuk, gaya, tampilan dan lainnya (teknologi.kompasiana.com). Selain itu, layanan yang diberikan kurang memuaskan para pengguna Blackberry. Seperti diketahui, beberapa pengguna Blackberry di Indonesia mengaku layanan push emailnya berhenti menerima pesan, padahal email versi browser bisa diterima. Ternyata, bukan hanya di Indonesia saja gangguan terjadi, tapi juga di Asia Pasifik (inet.detik.com).

Berikut merupakan keluhan pengguna Blackberry yang menjadi objek penelitian ini :

Permintaan *smartphone* BlackBerry di Indonesia ternyata tidak diimbangi dengan meningkatnya kualitas layanan yang diberikan vendor teknologi asal Kanada itu. Sebaliknya, seperti yang dijelaskan sejumlah pengamat industri di Indonesia, layanan Blackberry akhir-akhir ini menurun drastis.

Pakar telekomunikasi Harry Setiadi Wibowo misalnya, yang telah menggunakan ponsel buatan Research in Motion sejak 2005, membenarkan jika layanan Blackberry telah menurun. "BlackBerry semakin pelan," kata Heryy kepada Investor Daily, Senin (21/5), "Ketika saya menggunakan Blackberry pada 2005 layanannya masih bagus sampai 2009. Tetapi sekarang, sangat jelek. "Menurunnya kualitas layanan Blackberry tidak hanya terjadi di jam-jam sibuk tetapi juga sepanjang hari. "Jika bukan karena layanan Blackberry Messengers, saya tidak akan menggunakan Blackberry lagi. Ketika digunakan untuk *browsing*, koneksinya sering terputus," ujar Herry kecewa (www.beritasatu.com).

Keluhan Herry itu diperkuat oleh beberapa pengguna Blackberry lainnya :

“Saya kirim BBM dari tadi *checklist* doang,” keluh Windi salah satu pengguna layanan Blackberry Internet Service (BIS) dari Telkomsel. Sementara itu bukan hanya pengguna Telkomsel yang mengelukan layanan BBM, pengguna XL, Indosat pun mengeluhkan masalah yang sama, “Dari tadi BBM centang doang, gangguan kira-kira terjadi sekitar satu jam yang lalu,” kata Firdaus pengguna layanan BIS Indosat (techno.okezone.com).

Berdasarkan penjelasan di atas, maka peneliti tertarik untuk mengetahui secara riil mengenai pengalaman pengguna Blackberry menilai apakah kualitas layanan RIM Blackberry berpengaruh pada kepuasan pengguna dan kepercayaannya menggunakan *smartphone* Blackberry tersebut, juga mengetahui seberapa pengaruh loyalitas pengguna terhadap *smartphone* Blackberry yang sudah dipakainya. Sehingga, dalam penelitian ini judul yang diambil dan dijadikan bahan penelitian adalah **“PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS PADA PENGGUNA SMARTPHONE BLACKBERRY DI SURABAYA”**.

1.2. Perumusan Masalah

Rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna *smartphone* Blackberry di Surabaya?
2. Apakah kepuasan pengguna berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pengguna *smartphone* Blackberry di Surabaya?

3. Apakah kepercayaan pengguna berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna *smartphone* Blackberry di Surabaya?
4. Apakah kepuasan pengguna berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna *smartphone* Blackberry di Surabaya?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna *smartphone* Blackberry di Surabaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pengguna terhadap kepercayaan pengguna *smartphone* Blackberry di Surabaya.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan pengguna mempengaruhi loyalitas pengguna *smartphone* Blackberry di Surabaya.
4. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pengguna mempengaruhi loyalitas pengguna *smartphone* Blackberry di Surabaya.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Diharapkan dengan adanya penelitian ini bisa menambah pengetahuan penulis tentang kualitas layanan, kepuasan, kepercayaan dan loyalitas konsumen pengguna *smartphone* Blackberry di Surabaya dengan di tunjang teori-teori yang ada.

2. Bagi perusahaan RIM Blackberry

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi kepada perusahaan RIM Blackberry tentang tanggapan pengalaman pengguna Blackberry di Surabaya yang dilihat dari sisi kualitas layanan, kepuasan, kepercayaan dan loyalitas terhadap produk Blackberry tersebut. Sehingga Blackberry dapat meningkatkan dan memperbaiki segala kekurangan yang dikeluhkan oleh konsumen.

3. Bagi Peneliti lain

Peneliti ini nantinya diharapkan dapat digunakan sebagai studi banding oleh peneliti lain yang ingin meneliti masalah yang sama, guna meningkatkan wawasan dan pola berfikir sehingga akan membantu untuk mempercepat dan melengkapi penelitian yang diperlukan selanjutnya.

4. Bagi STIE Perbanas Surabaya

Informasi dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber referensi pembelajaran bagi semua mahasiswa dan yang ingin membuat suatu penelitian dengan meneliti masalah yang sama.

1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini secara garis besar dibagi kedalam lima bab, dimana setiap bab dibagi menjadi sub-sub bab berisi uraian yang mendukung isi secara sistematis dari setiap bab secara keseluruhan. Adapun sistematika skripsi ini adalah :

1. BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini diuraikan secara umum materi-materi yang akan dibahas, yaitu: latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan skripsi.

2. BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini membahas mengenai penelitian terdahulu, landasan teori yang berhubungan dengan penelitian ini, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

3. BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini diuraikan tentang metode penelitian yang terdiri dari rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi sampel, dan teknik pengambilan sampel, data dan metode pengumpulan data serta yang terakhir adalah teknik analisis data.

4. BAB IV : GAMBARAN DAN SUBYEK PENELITIAN

Pada bab ini diuraikan tentang gambaran umum subyek penelitian, analisis data, pengujian hipotesis dan pembahasan.

5. PENUTUP

Dalam bab ini berisikan uraian tentang kesimpulan hasil penelitian, keterbatasan penelitian dan saran.