

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi yang semakin berkembang membawa dampak pada dunia usaha. Adanya kemajuan teknologi menuntut banyak perusahaan untuk selalu bersaing dalam peningkatan mutu produk barang dan jasa. Salah satu kemajuan teknologi saat ini ialah dibidang komunikasi. Kemajuan tersebut ditandai dengan munculnya beragam alat komunikasi yang bertujuan mempermudah masyarakat dalam berkomunikasi.

Meningkatnya minat masyarakat akan kecanggihan alat komunikasi membuat alat komunikasi sebagai sesuatu yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari. Banyaknya permintaan pasar akan alat komunikasi yang cepat, canggih dan mudah menuntut para produsen yang bergerak dibidang komunikasi untuk melakukan inovasi baru dengan menciptakan alat komunikasi yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat saat ini, salah satunya dengan menciptakan telepon selular (ponsel) atau lebih dikenal dengan sebutan *handphone*. Saat ini fungsi utama *handphone* sebagai alat komunikasi sudah bukan menjadi alat pertimbangan masyarakat dalam memutuskan memilih jenis atau merek produk, akan tetapi fitur tambahan serta desain produk juga berperan penting dalam pengambilan keputusan masyarakat untuk melakukan pembelian. Beragam produk *handphone* yang saat ini banyak ditawarkan dengan harga yang bersaing, produk yang beragam, dan fitur yang *up to date* menuntut produsen *handphone* untuk

dapat memberikan kualitas produk yang baik agar dapat menarik perhatian para pengguna *handphone* dan menciptakan kepuasan pengguna yang berdampak loyalitas serta memperkecil niat pengguna untuk berpindah pada merk *handphone* lain.

Kualitas produk adalah salah satu sarana *positioning* utama pemasar. Kualitas produk mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa. Oleh karena itu, kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan. Kotler dan Armstrong (2011:242) menyatakan kualitas produk merupakan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau di implikasikan.

Kepuasan pelanggan tergantung pada kinerja anggapan produk relatif terhadap ekspektasi pembeli. Jika kinerja produk tidak memenuhi ekspektasi, pelanggan akan kecewa. Sedangkan, jika kinerja produk sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja produk melebihi ekspektasi, maka pelanggan akan sangat puas. Kotler dan Armstrong (2011:42) menyatakan kepuasan pelanggan merupakan tingkatan dimana kinerja anggapan produk sesuai dengan ekspektasi pembeli.

Manajemen hubungan pelanggan yang baik adalah menciptakan kepuasan pelanggan. Sedikit penurunan kepuasan dapat menciptakan penurunan kesetiaan pelanggan yang cukup besar. Kotler dan Armstrong (2011:49) menyatakan loyalitas pelanggan adalah kemauan pelanggan untuk terus mendukung sebuah perusahaan dalam jangka panjang, membeli dan menggunakan produk dan jasanya atas dasar rasa suka yang eksklusif dan secara suka rela merekomendasikan produk perusahaan tersebut pada para sahabatnya

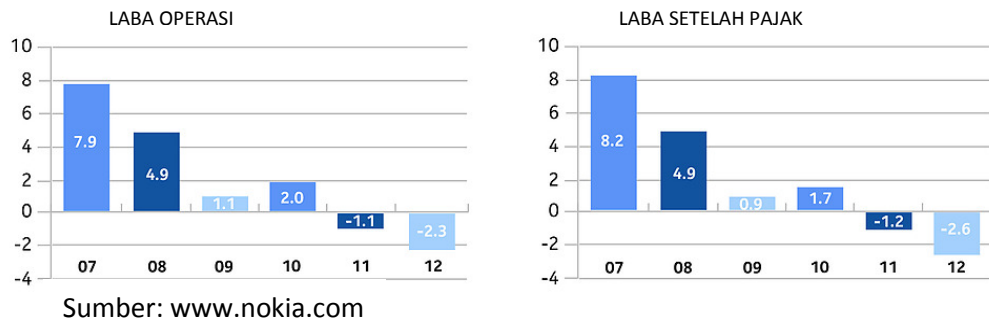
dan koleganya, sangatlah penting bagi perusahaan untuk mempertahankan pelanggannya agar setia.

Ketidakmampuan perusahaan untuk mempertahankan pelanggan merupakan faktor yang menyebabkan beralihnya pelanggan. Anderson dan Sullivan (1993 : dalam Hoq dan Amin 2010), tinggi tingkat kepuasan pelanggan akan mengurangi pelanggan beralih pada penyedia layanan lainnya, sehingga meningkatkan pembelian kembali dan profitabilitas perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan sangat berkaitan, dan ketidakpuasan yang menumbuhkan niat pelanggan untuk beralih.

Salah satu perusahaan ponsel terbesar yang ada di Indonesia adalah Nokia. Nokia memperkenalkan ponsel kepada masyarakat luas di tahun 1991. Berpusat di Finlandia, Nokia pun aktif melakukan berbagai macam inovasi pada tiap tipe ponselnya dari tahun ke tahun. Ponsel Nokia yang awalnya berisi fasilitas telepon dan pengiriman pesan singkat (SMS) saja, kini menambahkan fasilitas pesan multimedia (MMS) yang memungkinkan konsumennya untuk mengirim pesan suara maupun gambar berwarna. Fasilitas lainnya adalah penambahan kamera sampai pada ponsel layar sentuh yang kemudian disesuaikan dengan berbagai macam fitur menarik lainnya dalam hal bentuk dan warna ponsel. Hal tersebut dilakukan Nokia agar dapat memenangkan persaingan bisnis komunikasi dan tetap menjadi pemimpin ponsel nomer satu di dunia.

Nokia dalam kurun waktu enam tahun ini, mulai tahun 2007 sampai dengan tahun 2009 selalu mengalami penurunan laba. Namun pada tahun 2010 nokia menunjukkan peningkatan pendapatan labanya lagi, akan tetapi pada tahun

2011 sampai dengan tahun 2012 mengalami penurunan pendapatan laba yang sangat tajam. Hal ini dapat dilihat pada gambar 1.1 berikut :



Gambar 1.1
Grafik Penurunan Pendapatan Laba Nokia
Tahun 2007-2012

Berdasarkan gambar1.1 diatas menunjukkan penurunan pendapatan laba dari tahun 2007 sampai dengan tahun 2012 kecuali pada tahun tahun 2010. Hal ini menunjukkan bahwa turunnya penjualan produk Nokia pada tahun-tahun tersebut yang dikarenakan para pengguna produk Nokia kurang merasa puas akan kualitas produk yang diberikan oleh Nokia. Pada setiap tahunnya ada keluhan dari para pengguna *handphone* Nokia baik melalui forum *online* maupun media cetak. Bahkan keluhan tersebut hampir sama dari setiap tahunnya. Hal yang paling sering dikeluhkan oleh para pengguna Nokia menurut sumber www.ponselmania.com ialah: 1) kurang tersedianya *sparepart* Nokia 2) *Mic* pada Nokia sering tidak berfungsi 3) Garansi Nokia kurang dipercaya 4) Layar LCD sering mudah rusak.

Tidak hanya pada pendapatan labanya, pangsa pasar Nokia pun mengalami penurunan. Penurunan pangsa pasar ini mulai terlihat saat ponsel buatan *vendor Research In Motion*, Blackberry, dan Apple mulai meningkat di pasar global. Pemandang baru ini secara otomatis mengambil persentase pangsa pasar yang tadinya dimiliki oleh Nokia. Tidak hanya Blackberry dan Apple, namun juga

ponsel-ponsel China yang masuk ke peringkat sepuluh besar perolehan pangsa pasar di Indonesia. Data perolehan *market share* dapat dilihat pada tabel 1.1 di bawah ini:

Tabel 1.1
PANGSA PASAR PONSEL DI INDONESIA

2009		2010	
PONSEL	(%)	PONSEL	(%)
NOKIA	48,2	NOKIA	45,2
SONY ERICSSON	16,9	SONY ERICSSON	12,6
SAMSUNG	7,9	SAMSUNG	7,5
LG	3,3	LG	5,6
BLACBERRY	3,0	BLACBERRY	5,1
LAINNYA	20,7	LAINNYA	24,0
TOTAL	100	TOTAL	100

Sumber: <http://teknologi.vivanews.com>

Berdasarkan data pada *Market Research Group*, dapat diketahui bahwa Nokia pada tahun 2010 mengalami penurunan pangsa pasar pula di Indonesia yaitu sebesar tiga persen dari empat puluh delapan koma dua persen menjadi empat puluh lima koma dua persen. Penurunan pangsa pasar secara otomatis juga di ikuti oleh penurunan penggunaan fitur tambahan, dalam hal ini adalah penggunaan internet pada Nokia. Data penurunan penggunaan internet dapat kita lihat pada tabel 1.2:

Tabel 1.2
PENGGUNA INTERNET

	Januari 2012	Januari 2013	Perubahan
Nokia	37.67%	22.15%	- 15.52%
Apple	28.67%	25.86%	-2.81%
Samsung	14.84%	22.69%	7.85%

Sumber: www.trenologi.com

Pada bulan Januari 2013, Apple dan Samsung akhirnya berhasil mengungguli Nokia. Menurut data Stat Counter, Apple berada di peringkat pertama dengan kontribusi sebesar dua puluh lima koma delapan puluh enam persen terhadap penggunaan internet melalui perangkat *mobile*. Samsung yang

berada di peringkat kedua memiliki kontribusi sebesar dua puluh dua koma enam puluh sembilan persen. Nokia yang jatuh ke peringkat ketiga digunakan oleh dua puluh dua koma lima belas persen pengguna yang mengakses internet melalui perangkat *mobile*. Penurunan pengguna Nokia tersebut ternyata dipengaruhi oleh adanya penurunan tingkat kepuasan penggunanya yang ditunjukkan pada tabel 1.3 di bawah ini:

Tabel 1.3
DAFTAR PEMENANG ICSA (Indonesian Customer Satisfaction Award)
TAHUN 2009-2011

Merk	Tahun		
	2009	2010	2011
Nokia	4.456	4.007	3.895
Blackberry	3.557	4.191	4.205

Sumber: www.icsa-indo.com

Menurut Kotler dan Amstrong (2011:42) perusahaan terkemuka harus terus berusaha mempertahankan kepuasan para pelanggan. Semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan, akan semakin tinggi pula tingkat kesetiaan pelanggan, yang nantinya akan menghasilkan kinerja perusahaan yang lebih baik. Oleh karena itu peneliti ingin melihat apakah benar terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dengan loyalitas pengguna dan nasabah serta niat untuk berpindah dengan mediasi kepuasan pengguna *handphone* merk nokia.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk mengambil judul “Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas dan Niat Berpindah serta Kepuasan sebagai Variabel Mediasi bagi Pengguna *Handphone* Merek Nokia di Surabaya”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan bagi pengguna *handphone* merek Nokia di Surabaya?
2. Apakah kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas bagi pengguna *handphone* merek Nokia di Surabaya?
3. Apakah kepuasan berpengaruh signifikan terhadap niat berpindah bagi pengguna *handphone* merek Nokia di Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan bagi pengguna *handphone* merek Nokia di Surabaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap loyalitas bagi pengguna *handphone* merek Nokia di Surabaya.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap niat berpindah bagi pengguna *handphone* merek Nokia di Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini untuk beberapa hal, yaitu ;

1. Bagi Penulis

Diharapkan penelitian ini bisa dijadikan sarana sebagai upaya pengaplikasian teori-teori yang telah didapatkan selama proses perkuliahan dengan keadaan yang ada dilapangan.

2. Bagi pembaca dan peneliti berikutnya

Diharapkan dapat menambah informasi terkait adanya hubungan antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan serta kepuasan pelanggan dengan niat berpindah pada produk *handphone* merek nokia di Surabaya, serta diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi atau bahan rujukan oleh peneliti selanjutnya yang terkait dengan topik penelitian ini.

3. Bagi Akademisi

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi tambahan literatur untuk STIE Perbanas Surabaya khususnya untuk konsentrasi Manajemen Pemasaran mengenai kualitas produk, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan serta niat berpindah.

4. Bagi perusahaan Nokia di Surabaya

Dapat dijadikan sebagai sumber informasi bagi pihak Nokia dalam usaha meningkatkan kualitas produk agar dapat lebih memuaskan pengguna serta untuk mempertahankan pengguna dan loyalitas yang menguntungkan dimasa kini dan dimasa mendatang.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Agar isi penelitian ini lebih mudah dan terarah bagi pembaca, maka peneliti menyusun sistematika penelitian sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini dibahas mengenai latar belakang, perumusan masalah, tujuan masalah, manfaat penelitian serta sistematika penulisan penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini dibahas mengenai tujuan pustaka yang di dalamnya terdapat sub-sub bab, antara lain penelitian terdahulu yang akan dijadikan acuan dalam penulisan penelitian ini, dan teori-teori yang dijadikan landasan dalam menyelesaikan permasalahan penelitian serta hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang rancangan penelitian yang digunakan, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, instrumen penelitian, populasi sampel dan teknik pengambilan sampel, data dan metode pengumpulan data, uji validitas serta teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN DAN SUBYEK PENELITIAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang gambaran subyek penelitian, analisis data yang terdiri dari analisis deskriptif, analisis statistik dan uji *structural equation model*, serta pembahasan tentang rumusan masalah dan hipotesis penelitian.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini, dijelaskan mengenai kesimpulan penelitian dari hasil analisis data yang dilakukakan. Selain itu juga dituliskan mengenai

keterbatasan penelitian dan beberapa saran untuk penelitian yang akan datang.