

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Di era yang semakin berkembang ini teknologi-teknologi semakin canggih. Terutama produk *handphone* yang semakin berkembang dengan pesat. Contohnya *handphone* merek *Blackberry*. Dengan segala keunggulan yang dipunyai oleh *Blackberry*, *handphone* ini siap menyerbu pasar di Indonesia. *Blackberry* mulai siap menggeser merek-merek *handphone* terkenal di Indonesia. *BlackBerry* adalah perangkat selular yang memiliki kemampuan layanan *push e-mail*, telepon, sms, menjelajah internet, *Blackberry Messenger*(BBM), dan berbagai kemampuan nirkabel lainnya. Penggunaan *gadget* canggih ini begitu fenomenal belakangan ini, sampai menjadi suatu kebutuhan untuk *fashion*. *BlackBerry* pertama kali diperkenalkan pada tahun 1999 oleh perusahaan Kanada, *Research In Motion (RIM)*. Kemampuannya menyampaikan informasi melalui jaringan data nirkabel dari layanan perusahaan telepon genggam hingga mengejutkan dunia.

Berhubungan dengan harga, harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Harga *Blackberry* yang relatif konstan nampaknya tidak menyurutkan minat beli masyarakat terhadap *gadget* ini. Berikut ini data peminat *Blackberry* di Indonesia.

Tabel 1.1

Jumlah Peminat *Blackberry* di Asia

Negara	<i>Android</i>	<i>Apple</i>	<i>Blackberry</i>	<i>Symbian</i>	<i>Windows</i>
Singapura	29%	46%	4%	5%	7%
Indonesia	10%	2%	27%	20%	8%
Malaysia	41%	6%	6%	18%	6%
Thailand	16%	7%	17%	7%	4%
Vietnam	21%	21%	6%	26%	2%
Philipina	2%	8%	4%	11%	7%

Sumber: <http://www.salingsharing.com>

Hal ini menunjukkan bahwa peminat *Blackberry* di Indonesia masih sangat banyak dibandingkan dengan negara lain, yakni sebesar 27% ditunjukkan pada tabel di atas. Sedangkan jumlah pengguna *smartphone* lain lebih sedikit daripada pengguna *Blackberry*.

Peneliti akan mengambil salah satu contoh produk *Blackberry* yakni *Blackberry Curve 8520* yang pada tahun 2011 harganya yaitu sekitar Rp 1.750.000 dan pada 2012 yaitu sekitar Rp 1.650.000. dalam 1 tahun *Blackberry* hanya turun sebesar Rp 100.000 saja. Walaupun demikian tetap saja peminat *Blackberry* masih cukup banyak di Indonesia dibanding dengan *smartphone* lainnya.

Nilai manfaat juga merupakan salah satu faktor yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan. Nilai manfaat adalah pemahaman pelanggan mengenai produk yang mereka beli sehingga produk tersebut dapat memberikan manfaat kepada si pembeli tersebut. Namun tak banyak dari pengguna *Blackberry* yang benar-benar memahami manfaat apa saja yang dapat diperoleh dari *smartphone* ini selain untuk sekedar *chatting* atau menggunakan sosial media saja. Keunggulan lainnya seperti email cepat jarang digunakan oleh para konsumennya. Berikut ini adalah data yang mendukung dari pernyataan di atas.

Dari observasi yang dikemukakan oleh harian kompas mengatakan bahwa di Indonesia, kebanyakan ponsel *BlackBerry* hanya digunakan untuk *chatting* dengan menggunakan *BlackBerry Messenger (BBM)*. Padahal ponsel besutan *Research in Motion (RIM)* ini telah dibekali fitur melimpah.

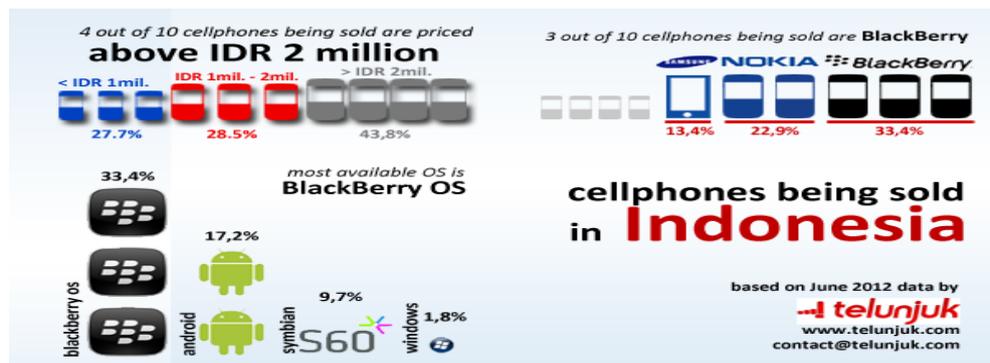
Setiap bulan, pengguna *BlackBerry* Indosat rata-rata menghabiskan pulsa untuk paket internet *BlackBerry* sekitar Rp 100.000-Rp 200.000. Dari setiap paket internet *BlackBerry* yang ditawarkan Indosat, pelanggan memang cenderung menyukai bertukar pesan (*chatting*) melalui BBM. Mereka lebih menyukai bertukar pesan lewat BBM karena melalui BBM mereka tidak hanya dapat bertukar pesan tulisan saja, tetapi mereka juga bisa bertukar foto, video, dan lagu. Biasanya, dengan paket internet *BlackBerry* sekitar Rp 100.000-Rp 150.000 per bulan, pelanggan akan mendapat paket internet *full service*, baik untuk BBM, *e-mail* hingga 10 akun, situs jejaring sosial, dan *browsing* secara gratis.

Sumber:<http://tekno.kompas.com/read/2012/07/05/12095297/Di.Indonesia.BlackBerry.Cuma.Dipakai.BBM-an>

Kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh faktor kualitas. Kualitas yang diberikan oleh *Blackberry* agaknya tertanam baik di benak konsumennya. Mereka banyak beranggapan bahwa *Blackebrry* memiliki kualitas yang lebih bagus dari *smartphone* lainnya. Namun data berikut ini

menunjukkan bahwa *smartphone* android memiliki keunggulan yang lebih bagus daripada *Blackberry* Gemini yang jika dibandingkan harganya juga tak jauh berbeda. Bahkan android lebih murah daripada *Blackberry*.

Dari artikel yang membandingkan antara android Samsung Galaxy Y dan *Blackberry*, mengatakan bahwa spesifikasi Samsung jauh lebih baik dari *Blackberry*. Dari kualitas layar, *processor*, RAM, kamera, memori internal dan baterai jauh lebih bagus Samsung Galaxy Y daripada *Blackberry Curve* 8520. Namun pengguna *Blackberry* jauh lebih banyak daripada pengguna Samsung. Berikut adalah gambar prosentase pengguna *Blackberry* di Indonesia tahun 2012.



Gambar 1.1 Pengguna Blackberry

Sumber: google.co.id

Selanjutnya peneliti akan membahas tentang kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah suatu keadaan dimana keinginan, harapan dan kebutuhan pelanggan dipenuhi. Agaknya para konsumen *Blackberry* ini puas dengan merek *Blackberry* ini. Hal ini di tunjukkan dengan semakin banyaknya permintaan akan *smartphone* ini. Banyak konsumen

Blackberry yang sangat fanatik dengan merk ini. Mereka selalu mengikuti trend terbaru *Blackberry*. Para konsumen ini juga berusaha mempengaruhi teman, saudara, atau keluarganya untuk membeli *smartphone* ini karena mereka merasa puas dengan fitur-fitur yang dimiliki *handphone* ini.

1.2. **Rumusan Masalah**

1. Apakah harga secara parsial berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pelanggan *handphone Blackberry* di Surabaya?
2. Apakah nilai manfaat secara parsial berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pelanggan *handphone Blackberry* di Surabaya?
3. Apakah kualitas secara parsial berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pelanggan *handphone Blackberry* di Surabaya?
4. Apakah harga, nilai manfaat, dan kualitas secara simultan berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pelanggan *handphone Blackberry* di Surabaya?

1.3. **Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui secara parsial pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan *handphone Blackberry* di Surabaya.
2. Untuk mengetahui secara parsial pengaruh nilai manfaat terhadap kepuasan pelanggan *handphone Blackberry* di Surabaya.
3. Untuk mengetahui secara parsial pengaruh kualitas terhadap kepuasan pelanggan *handphone Blackberry* di Surabaya.

4. Untuk mengetahui secara simultan pengaruh harga, nilai manfaat, dan kualitas terhadap kepuasan pelanggan *handphone Blackberry* di Surabaya.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan untuk menerapkan teori yang telah didapat dari perkuliahan dan untuk menambah pengetahuan mengenai hubungan antara harga, kualitas, dan nilai manfaat terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan produk *smartphone Blackberry* di Surabaya.

2. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi bagi pembaca tentang hubungan antara harga, kualitas, dan nilai manfaat terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan produk *smartphone Blackberry* di Surabaya.

3. Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi bagi peneliti lain yang meneliti variable-variabel yang sama. Yakni mengenai hubungan antara harga, kualitas, dan nilai manfaat terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan produk *smartphone Blackberry* di Surabaya.

4. Bagi STIE Perbanas Surabaya

Penelitian ini diharapkan dapat menambah koleksi perpustakaan STIE Perbanas Surabaya dan kelak jika ada peneliti membahas tentang hubungan antara harga, kualitas, dan nilai manfaat terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan produk *smartphone Blackberry* di Surabaya.

1.5. Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi secara garis besar adalah sebagai berikut:

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 penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

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

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang prosedur penelitian yang terdiri dari identifikasi variabel, definisi operasional, penetapan populasi, dan pemilihan sampel, data dan metode pengumpulan data, dan metode pengumpulan data, dan metode analisis data dan teknik pengujian hipotesis.

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini di jelaskan gambaran subyek penelitian, tabulasi dan analisis deskriptif, pengujian hipotesis dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Menjelaskan tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran.