

PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP WOM
(WORD OF MOUTH) DAN LOYALITAS PELANGGAN
PADA PRODUK NOTEBOOK ACER
(Studi Kasus Pada PC Master Surabaya)

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur



Oleh :

AANG ANDIYAS
0912010012 / EM

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAWA TIMUR
2013

USULAN PENELITIAN

PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP WOM
(WORD OF MOUTH) DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA
PRODUK NOTEBOOK ACER DI PC MASTER SURABAYA

Oleh :

AANG ANDIYAS
0912010012 / EM

Telah diseminarkan dan disetujui untuk menyusun skripsi

Pembimbing Utama

Drs. Ec. Pandji Soegiono, MM

Tanggal.....

Mengetahui
Ketua Program Studi
Manajemen

Dr. Muhadjir Anwar, MM
NIP. 19650907 1991031001

SKRIPSI

PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP WOM
(WORD OF MOUTH) DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA
PRODUK NOTEBOOK ACER DI PC MASTER SURABAYA

Yang diajukan

AANG ANDIYAS
0912010012 / EM

disetujui untuk Ujian Lisan oleh

Pembimbing Utama

Drs. Ec. Pandji Soegiono, MM

Tanggal.....

Mengetahui
Wakil Dekan I

Drs. Rahman A. Suwaidi, MS
NIP. 19600330 198603 1001

SKRIPSI

PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP WOM
(WORD OF MOUTH) DAN LOYALITAS PELANGGAN
PADA PRODUK NOTEBOOK ACER
(Studi Kasus Pada PC Master Surabaya)

Disusun Oleh :

AANG ANDIYAS
0912010012 / FE / EM

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Pada tanggal : 3 Mei 2013

Pembimbing
Pembimbing Utama

Drs. Ec. Pandji Soegiono, MM

Tim Penguji :
Ketua

Dr. Eko Purwanto, MSI

Sekretaris

Drs. Ec. Supriyono, MM

Anggota

Drs. Ec. Pandji Soegiono, MM

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Dr. H. Dhani Ichsanudin Nur, SE, MM
NIP. 198309241989031001

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul :
“PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP WOM (WORD OF MOUTH) DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA PRODUK NOTEBOOK ACER (Studi Kasus Pada PC Master Surabaya)”

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Progdil Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan berhasil tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini dengan segala ketulusan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MP, selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Dhani Ichsanudin Nur, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
3. Bapak Dr. Muhadjir Anwar, MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak Drs. Ec. Pandji Soegiono, MM, selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan bimbingan dan dorongan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Segenap staff Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan banyak pengetahuan selama masa perkuliahan.
6. Bapak dan Ibu, yang telah memberikan dukungan, doa dan semangat dan segalanya.
7. Semua pihak yang ikut membantu, yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu.

Penulis menyadari bahwa apa yang telah disajikan masih banyak kekurangan, untuk itu kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya dengan segala keterbatasan yang penulis miliki, semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan.

Surabaya, Maret 2013

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
ABSTRAKSI	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Penelitian Terdahulu	9
2.2. Pemasaran.....	11
2.2.1. Pengertian Pemasaran.....	11
2.2.2. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	14
2.2.3. Konsep Pemasaran	15
2.2.4. Kepuasan Konsumen.....	17
2.2.5. Perilaku Word-of-mouth.....	20
2.2.6. Loyalitas	21
2.2.7. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap WOM	31
2.2.8. Pengaruh WOM Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	32

2.2.9. Pengaruh WOM Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	33
2.3. Model Konseptual.....	34
2.4. Hipotesis	34
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	35
3.2 Teknik Penentuan Sampel.....	38
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.4 Teknik Analisis dan Pengujian Hipotesis	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Deskripsi Obyek Penelitian.....	44
4.1.1. Sejarah singkat Perusahaan	44
4.2. Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	46
4.2.1. Analisis Statistik Deskriptif.....	46
4.2.2. Uji Validitas	47
4.2.3. Uji Reliabilitas	50
4.2.4. Model Struktural.....	51
4.2.5. Uji Kausalitas	52
4.3 Pembahasan	53
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	56
5.1. Kesimpulan	56
5.2. Saran	56

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Identitas Responden Menurut Jenis Kelamin	46
Tabel 4.2 Identitas Responden Menurut Pendidikan	47
Tabel 4.3 Identitas Responden Menurut Umur	47
Tabel 4.4. Hasil Uji Validitas	48
Tabel 4.5. Average variance extracted (AVE)	49
Tabel 4.6. Pengujian Reliability Consistency Internal.....	50
Tabel 4.7. R-square	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: Kerangka Konseptual.....	34
--------------------------------------	----

PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP WOM (WORD OF MOUTH) DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA PRODUK NOTEBOOK ACER (Studi Kasus Pada PC Master Surabaya)

Oleh :
Aang Andiyas
0912010012 / FE/ EM

ABSTRAK

Salah satu yang menunjang perkembangan bisnis jasa adalah komunikasi yang efektif untuk menyampaikan jasa tersebut kepada konsumen karena jasa sifatnya tidakberwujud dan komunikasi yang paling efektif adalah komunikasi dari mulut ke mulut. Proses komunikasi dari mulut ke mulut dapat berasal dari berbagai pihak dan bahkan dari perusahaan itu sendiri. Informasi mengenai suatu produk atau jasa harus datang dari pihak yang merupakan pelaku jasa atau pihak yang merupakan ahli dalam bidang tersebut, sehingga informasi jasa yang akan ditawarkan akan lebih efektif diterima oleh calon konsumen bahkan dapat menciptakan loyalitas pelanggan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap WOM (Word Of Mouth) dan loyalitas pelanggan pada produk notebook Acer di PC Master Surabaya.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna Notebook Acer di Surabaya. Sampel diambil dari pelanggan yang berada pada PC Master, dengan jumlah minimal 23 indikator x 5 = 115 pelanggan. Pengujian hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis multivariate dengan PLS.

Penaksiran pengaruh pada masing – masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya menggunakan koefisien jalur, hal ini dikarenakan pada penelitian ini memiliki beberapa indikator dari masing-masing variabel bebas dan terikat.

Berdasarkan analisis data dengan menggunakan PLS dan pembahasan hasil penelitian yang telah dikemukakan, dapat disimpulkan hal-hal untuk menjawab permasalahan sebagai berikut : Kepuasan pelanggan mampu meningkatkan Loyalitas Pelanggan, Kepuasan pelanggan mampu meningkatkan Perilaku WOM, Perilaku WOM mampu meningkatkan Loyalitas Pelanggan

Keywords : kepuasan pelanggan, perilaku WOM (Word Of Mouth) dan loyalitas

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Globalisasi merupakan dampak dari berkembang dan menyebarnya arus informasi dan teknologi secara meluas. Era ini membuka semua peluang yang memungkinkan barang, informasi dan pengetahuan dapat diakses masyarakat global dengan mudah. Selain itu, globalisasi juga identik dengan perkembangan dan penyebaran teknologi. Dalam berbagai bentuk teknologi pada dasarnya tercipta untuk manusia dan memberikan kemudahan. Berbagai alat diciptakan dan dikembangkan dengan sangat cepat untuk mengimbangi kebutuhan masyarakat terhadap kemudahan – kemudahan dalam menjalankan roda kehidupan. Kebutuhan tersebut antara lain adalah kebutuhan untuk mengolah dan menyimpan data, mempermudah pekerjaan di berbagai bidang, memperoleh informasi, menambah pengetahuan, hiburan dan lain – lain. Semua kebutuhan tersebut dapat dipenuhi lewat teknologi yang disebut computer atau notebook.

Pada dasarnya yang membedakan antara notebook dengan teknologi computer yang ada sebelumnya adalah aspek portabilitas dan mobilitas yang dimilikinya. Notebook memungkinkan penggunaannya untuk mengoperasikan notebook dimanapun yang mereka mau. Dengan karakter mobilitas yang dimilikinya, maka notebook identik dengan speed atau kecepatan. Bagi

orang-orang yang membutuhkan kecepatan dalam beraktifitas, maka notebook solusinya.

Dengan semakin maraknya konsumsi notebook di Indonesia sejak sekitar tahun 1997, notebook tidak lagi hanya dimaknai sebagai alat teknologi tetapi juga mulai menjadi gaya hidup. Jauh sebelum notebook dipopulerkan oleh Tukul Arwana dalam acara Empat Mata, budaya notebook memang sudah terlihat mulai dari penggunaan notebook dalam berbagai acara di Televisi sebagai alat pendukung acara ataupun sebagai pemanis saja, seperti dalam acara infotainment, bincang – bincang, reality show hingga acara informasi seperti berita. Jika diamati penggunaan notebook sering menyimpang dari fungsi aslinya sebagai alat teknologi untuk mempermudah kegiatan pengolahan data dengan mobilitas yang tinggi. Bahkan sebagian orang notebook hanya menjadi sarana pendukung penampilan agar terlihat sebagai warga dunia yang mengikuti perkembangan zaman.

Tiap klasifikasi produk di atas memiliki spesifikasi yang saling berbeda. Maksudnya bahwa pertimbangan untuk produk kaya informasi tentu berbeda dengan produk gaya hidup, dan demikian halnya dengan berbagai produk lainnya. Berdasarkan pada tiap perbedaan ini, maka atribut yang menentukan keputusan pembelian juga berbeda antar klasifikasi produk. Dalam pasar notebook, ada banyak merek dan atribut yang kesemuanya menjanjikan kepuasan konsumen. Meski demikian, persepsi dari masing-masing konsumen memang beragam terhadap tuntutan

kebutuhan notebook, baik dalam bentuk Pc maupun notebook. Ini memang sangat bergantung pada konsumen memanfaatkan semua fasilitas yang ada di notebook. Dari kasus inilah maka produsen computer mengeluarkan berbagai tipe notebook yang kesemuanya menjanjikan kepuasan konsumen, terutama dalam aspek dukungan terhadap kecepatan kerja.

Dalam penjualan di Indonesia, notebook Acer mengalami penurunan pada tahun 2012 yakni 6,2 persen pada kuartal tersebut. Penjualannya turun menjadi 10,2 juta unit. Pada kuartal sebelumnya, penjualan Acer mencapai 10,9 juta unit. Dengan demikian, pangsa pasar Acer secara global menjadi 12,4 persen. Turun dari 13,3 persen pada kuartal sebelumnya. Mengingat penjualan notebook secara global sendiri sebenarnya naik pada kuartal kedua 2011, penurunan penjualan tersebut tentu merupakan kabar yang kurang bagus bagi Acer. Demikian juga yang dialami PC Master dalam penjualan notebook Acer juga mengalami penurunan, hal ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1.1. Penjualan Notebook Acer Di PC Master Surabaya

Merek	Battery	Operating System	Penjualan 2009	Penjualan 2010	Penjualan 2011
Acer Aspire One (1)	3-cell 2200mAh	Linux	1851	1620	1433
Acer Aspire One (2)	3-cell 2200mAh	XP	933	1130	846
Acer Note (1)	6-cell	Vista	654	605	587
Total			3438	3355 (-0.024%)	2866 (-0.145%)

Berdasarkan tabel penjualan diatas, dapat diketahui dari tahun 2009 sampai 2011 penjualan Acer di PC Master mengalami penurunan dari tahun 2010 sebesar -0.024% turun sebesar -0.145% pada tahun 2011, yang diindikasikan kepuasan pelanggan yang juga mengalami penurunan. Hal ini juga didukung dengan data Top Brand Index yang diperoleh dari Acer juga mengalami fluktuatif, dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 1.2. Top Brand Notebook 2009-2011

Merek	TBI (2009)	TBI (2010)	TBI (2011)
Acer	32.9%	20.9%	15.0%
Toshiba	17.6%	35.0%	42.0%
HP Compaq	10.0%	7.6%	12.7%
Apple	3.6%	4.8%	5.0%

Sumber : SWA, 2011

Berdasarkan Tabel diatas menunjukkan bahwa terjadi penurunan Top Brand Index pada Notebook Acer dari tahun 2009-2011. Hal ini diindikasikan dari penurunan penjualan dari Notebook Acer. Penurunan penjualan notebook Acer juga diikuti dengan naiknya complain pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari komplain pelanggan, seperti yang ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 1.2. Data Keluhan Notebook Acer

Jenis Komplain	Tahun		
	2009	2010	2011
Baterai mudah low	9	11	18
Wireless sering tidak conect	3	3	5
Layar LCD sering mati	3	5	7
DVD RW sering lecet	2	8	4
Jumlah	17	27	34

Sumber: "PC Master" Surabaya, 2011

Komplain pelanggan Acer kebanyakan mengeluhkan tentang sering matinya layar LCD pada notebook, pelayanan service kurang cepat, dan jaringan service resmi atau cabang notebook Acer yang kurang banyak. Jika komplain- komplain tersebut tidak segera direspon oleh pihak notebook Acer, dikhawatirkan akan menimbulkan ketidakpuasan pelanggan dan menyebabkan kemungkinan beralih ke merek lain. Permasalahan ini apakah disebabkan kualitas Acer yang menurun, sehingga kepuasan konsumen juga ikut menurun dan menyebabkan perilaku WOM tidak terbentuk.

Karena menurut Kotler (2000), kualitas dimulai dari pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Pelanggan terlibat dalam suatu proses jasa, maka merekalah yang menentukan kualitas jasa yang mereka konsumsi. Dapat ditarik kesimpulan bahwa adanya pembelian ulang dan terbentuknya loyalitas pelanggan, dalam hal ini konsumen ditentukan oleh kualitas yang mereka rasakan. Konsumen yang puas dengan jasa yang mereka konsumsi biasanya akan melakukan pembelian ulang, kemudian akan loyal kepada perusahaan, dan lebih penting lagi mereka akan melakukan kegiatan word-of-mouth terutama kepada orang-orang terdekat

mereka untuk merekomendasikannya. Namun belum banyak literature yang mengupas secara mendalam tentang kekuatan 'word-of-mouth' dalam konteks pemasaran. Seperti yang dikemukakan oleh Silverman dalam Erida (2009 : 3), "Word-of-mouth is the most powerful force in the market place. Yet there is almost no useful literature on the subject, and it is almost totally neglected, primarily because people think that they can do nothing about it". Kepuasan konsumen, dengan 'level of satisfaction' yang berbeda akan memberikan pengaruh yang berbeda pada perilaku word-of-mouth. Penelitian yang dilakukan Anderson (1998) menyimpulkan bahwa konsumen yang sangat puas atas jasa yang mereka konsumsi akan melakukan WOM positif lebih tinggi dari mereka yang puas, dan sebaliknya konsumen yang tidak puas akan melakukan WOM negatif yang lebih tinggi lagi.

Salah satu yang menunjang perkembangan bisnis jasa adalah komunikasi yang efektif untuk menyampaikan jasa tersebut kepada konsumen karena jasa sifatnya tidakberwujud dan komunikasi yang paling efektif adalah komunikasi dari mulut ke mulut. Dan ternyata tanpa diduga pelanggan menyampaikan jasa kepada orang lain melalui word of mouth communication (komunikasi dari mulut ke mulut). Komunikasi dari mulut ke mulut (word of mouth communication) dapat terjadi dengan sendirinya tanpa harus ada konsep khusus untuk menarik konsumen selain itu komunikasi mulut ke mulut juga lebih meyakinkan karena biasanya dasar seorang konsumen untuk mengkonsumsi kembali suatu jasa didasarkan pada

pengalaman konsumen sebelumnya yang telah menggunakan jasa tersebut.
(Antinah, 2010:2)

Proses komunikasi dari mulut ke mulut dapat berasal dari berbagai pihak dan bahkan dari perusahaan itu sendiri. Informasi mengenai suatu produk atau jasa harus datang dari pihak yang merupakan pelaku jasa atau pihak yang merupakan ahli dalam bidang tersebut, sehingga informasi jasa yang akan ditawarkan akan lebih efektif diterima oleh calon konsumen bahkan dapat menciptakan loyalitas pelanggan. (Antinah, 2010:3)

Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk menganalisis **PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP WOM (WORD OF MOUTH) DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA PRODUK NOTEBOOK ACER (Studi Kasus Pada PC Master Surabaya)**

1.2. Perumusan Masalah

Atas dasar latar belakang diatas, maka penelitian ini mempunyai perumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Kepuasan Pelanggan berpengaruh Terhadap WOM (Word Of Mouth) pada produk notebook Acer di PC Master Surabaya ?
2. Apakah Kepuasan Pelanggan berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan pada produk notebook Acer di PC Master Surabaya ?
3. Apakah WOM (Word Of Mouth) berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan pada produk notebook Acer di PC Master Surabaya ?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap WOM (Word Of Mouth) pada produk notebook Acer di PC Master Surabaya
2. Untuk menganalisis pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada produk notebook Acer di PC Master Surabaya
3. Untuk menganalisis pengaruh WOM (Word Of Mouth) Terhadap Loyalitas Pelanggan pada produk notebook Acer di PC Master Surabaya

1.4. Manfaat Penelitian

- Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak manajemen perusahaan dalam menetapkan kebijaksanaan perusahaan untuk masa yang akan datang.
- Hasil penelitian bagi lembaga, dapat menambah perbendaharaan perpustakaan UPN “Veteran Jawa Timur” sebagai bahan kajian maupun bahan pembanding penelitian pada masa yang akan datang terhadap masalah serupa.
- Hasil penelitian ini bagi peneliti diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah pengetahuan tentang kepuasan konsumen terhadap perilaku WOM (Word Of Mouth).