

LOYALITAS PELANGGAN HANDPHONE NOKIA  
DI “APOLLO CELL” MARINA  
SURABAYA

S K R I P S I

Diajukan Untuk memenuhi Sebagian Persyaratan  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Jurusan Manajemen



Oleh :

ACHMAD FAIZAL  
0612010011 / FE / EM

FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”  
JAWA TIMUR  
2013

LOYALITAS PELANGGAN HANDPHONE NOKIA  
DI “APOLLO CELL” MARINA  
SURABAYA

S K R I P S I



Oleh :

ACHMAD FAIZAL  
0612010011 / FE / EM

FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”  
JAWA TIMUR  
2013

# S K R I P S I

## LOYALITAS PELANGGAN HANDPHONE NOKIA DI “APOLLO CELL” MARINA SURABAYA

Diajukan Oleh :

ACHMAD FAIZAL  
0612010011 / FE / EM

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur  
Pada tanggal 31 Juli 2013

|                               |                                 |
|-------------------------------|---------------------------------|
|                               | Tim Penguji :                   |
| Pembimbing                    | Ketua                           |
| <u>Rizky Dermawan, SE, MM</u> | <u>Dr. Prasetyohadi, SE, MM</u> |
|                               | Sekretaris                      |
|                               | <u>Sugeng Purwanto, SE, MM</u>  |
|                               | Anggota                         |
|                               | <u>Rizky Dermawan, SE, MM</u>   |

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

Dr. H. Dhani Ichsanuddin Nur, MM  
NIP. 196309241989031001

# USULAN PENELITIAN

## PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN HANDPHONE NOKIA

(Studi di “Apollo Cell” Di Plaza Marina Surabaya)

Yang Diajukan :

ACHMAD FAIZAL  
0612010011 / FE / EM

Telah Diseminarkan Dan Disetujui Untuk Menyusun Skripsi Oleh :

Pembimbing

Rizky Dermawan, SE, MM

Tanggal : .....

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Muhadjir Anwar, MM  
NIP. 196509071991031001

# S K R I P S I

## PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN HANDPHONE NOKIA

(Studi di “Apollo Cell” Di Plaza Marina Surabaya)

Yang Diajukan :

ACHMAD FAIZAL  
0612010011 / FE / EM

Disetujui Untuk Ujian Skripsi Oleh :

Pembimbing

Rizky Dermawan, SE, MM

Tanggal : .....

Mengetahui,

Pembantu Dekan I Fakultas Ekonomi  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”  
Jawa Timur

Drs. Ec. R.A. Suwaidi, MS  
NIP. 190003301986031001

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan berkat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Handphone Nokia (Studi di “Apollo Cell” Di Plaza Marina Surabaya)” dengan baik.

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi satu syarat penyelesaian Program Studi Pendidikan Strata Satu, Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Surabaya.

Dalam penyusunan skripsi, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai dengan baik tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis menghaturkan rasa terima kasih yang mendalam kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MP, selaku Rektor UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Dhani Ichsanuddin Nur, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Dr. Muhadjir Anwar, MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen UPN “Veteran” Jawa Timur
4. Bapak Rizky Dermawan, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing yang telah mengorbankan waktu, tenaga dan pikirannya dalam membimbing penulisan ini.

5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Manajemen yang telah memberikan ilmu yang sangat bernilai. Sehingga ucapan terima kasihpun dirasa belum cukup untuk menghargai jasa Bapak dan Ibu. Namun teriring do'a semoga apa yang sudah diberikan kepada kami akan terbalaskan dengan berkah dari sang illahi.
6. Yang terhormat Bapak dan Ibu, sembah sujud serta ucapan terima kasih atas semua do'a, restu, dukungan, nasehat yang diberikan kepada penulis.

Semoga Allah SWT melimpahkan berkat dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah membantu penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak  
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surabaya, Juli 2013

Penulis

## DAFTAR ISI

|  |     |
|--|-----|
| KATA PENGANTAR.....                          | i   |
| DAFTAR ISI.....                              | iii |
| DAFTAR TABEL.....                            | vii |
| DAFTAR GAMBAR.....                           | ix  |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                         | x   |
| ABSTRAKSI.....                               | xi  |
| BAB I PENDAHULUAN                            |     |
| 1.1. Latar Belakang Masalah.....             | 1   |
| 1.2. Perumusan Masalah.....                  | 6   |
| 1.3. Tujuan Penelitian.....                  | 6   |
| 1.4. Manfaat Penelitian.....                 | 7   |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA                      |     |
| 2.1. Penelitian Terdahulu.....               | 8   |
| 2.2. Landasan Teori.....                     | 9   |
| 2.2.1. Pemasaran.....                        | 9   |
| 2.2.1.1. Pengertian Pemasaran.....           | 9   |
| 2.2.1.2. Pengertian Manajemen Pemasaran..... | 10  |
| 2.2.1.3. Konsep Pemasaran.....               | 11  |
| 2.2.1.4. Tujuan Pemasaran.....               | 13  |
| 2.2.2. Loyalitas Pelanggan.....              | 13  |



|   |    |
|---|----|
| 2.2.2.1. Pengertian Loyalitas Pelanggan .....                         | 13 |
| 2.2.2.2. Indikator Loyalitas Pelanggan.....                           | 14 |
| 2.2.3. Kepuasan Pelanggan .....                                       | 15 |
| 2.2.3.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan.....                           | 15 |
| 2.2.3.2. Dimensi Kepuasan Pelanggan.....                              | 17 |
| 2.2.4. Kualitas Layanan.....  | 17 |
| 2.2.4.1. Pengertian Kualitas Layanan.....                             | 17 |
| 2.2.4.2. Dimensi Kualitas Layanan .....                               | 21 |
| 2.2.5. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan .....    | 23 |
| 2.2.6. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan ..... | 24 |
| 2.3. Kerangka Konseptual.....   | 26 |
| 2.4. Hipotesis.....   | 27 |

### BAB III METODOLOGI PENELITIAN

|   |    |
|---|----|
| 3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel ..... | 28 |
| 3.1.1. Definisi Operasional .....                       | 28 |
| 3.1.2. Pengukuran Variabel.....                         | 31 |
| 3.2. Teknik Penentuan Sampel.....                       | 31 |
| 3.3. Teknik Pengumpulan Data .....                      | 32 |
| 3.3.1. Jenis Data.....                                  | 32 |
| 3.3.2. Sumber Data .....                                | 33 |
| 3.3.3. Pengumpulan Data .....                           | 33 |
| 3.4. Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....             | 33 |

|   |    |
|---|----|
| 3.4.1. Uji Reliabilitas dan Validitas .....             | 33 |
| 3.4.2. Uji Outlier Univariat dan Multivariat.....       | 34 |
| 3.4.2.1. Uji Outlier Univariat .....                    | 34 |
| 3.4.2.2. Uji Outlier Multivariat .....                  | 35 |
| 3.4.3. Uji Normalitas Data .....                        | 45 |
| 3.4.4. Pemodelan SEM (Structural Equation Modeling) ... | 36 |
| 3.4.5. Uji Hipotesis .....                              | 38 |

#### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

|   |    |
|---|----|
| 4.1. Deskripsi Hasil Penelitian .....                                 | 41 |
| 4.1.1. Deskripsi Karakteristik Responden .....                        | 41 |
| 4.1.2. Deskripsi Kualitas Layanan (X) .....                           | 42 |
| 4.1.2.1. Berwujud / Tangible (X <sub>1</sub> ).....                   | 43 |
| 4.1.2.2. Keandalan / Realibility (X <sub>2</sub> ) .....              | 44 |
| 4.1.2.3. Daya Tanggap / Responsiveness (X <sub>3</sub> ) .....        | 45 |
| 4.1.2.4. Jaminan / Assurance (X <sub>4</sub> ).....                   | 46 |
| 4.1.2.5. Empati / Empathy (X <sub>5</sub> ).....                      | 47 |
| 4.1.3. Kepuasan Pelanggan (Y).....                                    | 48 |
| 4.1.4. Loyalitas Pelanggan (Z).....                                   | 49 |
| 4.2. Analisis Data .....  | 50 |
| 4.2.1. Evaluasi Outlier .....   | 50 |
| 4.2.2. Evaluasi Reliabilitas .....                                    | 51 |
| 4.2.3. Evaluasi Validitas .....                                       | 53 |
| 4.2.4. Evaluasi Construct Reliability dan Variance<br>Extracted ..... | 54 |

|   |    |
|---|----|
| 4.2.5. Evaluasi Normalitas .....  | 55 |
| 4.2.6. Analisis Model One – Step Approach to SEM .....                                  | 57 |
| 4.2.7. Uji Kausalitas .....   | 62 |
| 4.3. Pembahasan .....   |    |
| 4.3.1. Pengujian Hipotesis Hubungan Kualitas Layanan Dengan Kepuasan Pelanggan .....    | 62 |
| 4.3.2. Pengujian Hipotesis Hubungan Kepuasan Pelanggan Dengan Loyalitas Pelanggan ..... | 63 |
| <br>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN  |    |
| 5.1. Kesimpulan.....  | 65 |
| 5.2. Saran .....  | 65 |

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| Tabel 1.1. Komplain Di Koperasi Karyawan “Surya Sari” PT. ISM Bogasari Flour Mills Surabaya Periode Januari – Desember 2010 .....  | 3  |
| Tabel 1.2. Penjualan Di Koperasi Karyawan “Surya Sari” PT. ISM Bogasari Flour Mills Surabaya Periode Januari – Desember 2010 ..... | 4  |
| Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....  | 41 |
| Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....   | 42 |
| Tabel 4.3. Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Tangible ( $X_1$ )   | 43 |
| Tabel 4.4. Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Realibility ( $X_2$ ) .....  | 44 |
| Tabel 4.5. Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Responsiveness ( $X_3$ ) .....   | 45 |
| Tabel 4.6. Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Assurance ( $X_4$ )  | 46 |
| Tabel 4.7. Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Empathy ( $X_5$ )  | 47 |
| Tabel 4.8. Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan (Y) .....   | 48 |
| Tabel 4.9. Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Loyalitas Pelanggan (Z) .....  | 49 |
| Tabel 4.10. Uji Outliers Multivariate .....  | 51 |
| Tabel 4.11. Reliabilitas Data .....  | 52 |
| Tabel 4.12. Validitas Data.....  | 53 |
| Tabel 4.13. Construct Reliability dan Variance Extracted .....   | 54 |
| Tabel 4.14. Normalitas Data.....   | 56 |
| Tabel 4.15. Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Indices Model One- Step Approach – Base Model.....                                   | 58 |

|  |    |
|--|----|
| Tabel 4.16. Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Indices Model One- Step Approach – Eliminasi.....            | 59 |
| Tabel 4.17. Variabel yang Dimodifikasi Dalam Model.....  | 60 |
| Tabel 4.18. Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Indices Model One- Step Approach – Eliminasi Modifikasi..... | 60 |
| Tabel 4.19. Uji Unidimensionalitas dan Kausalitas Antar Faktor (Standardize Regression).....               | 61 |

## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| Gambar 2.1. Kerangka Konseptual .....   | 26 |
| Gambar 4.1. Model Pengukuran & Struktural Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan Model Spesifikasi : One Step Approach – Base Model.....                 | 57 |
| Gambar 4.2. Model Pengukuran & Struktural Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan Model Spesifikasi : One Step Approach – Eliminasi Model .....           | 58 |
| Gambar 4.3. Model Pengukuran & Struktural Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan Model Spesifikasi : One Step Approach – Eliminasi Modifikasi Model..... | 59 |

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Layanan (X), Kepuasan Pelanggan (Y), Dan Loyalitas Pelanggan (Z)

Lampiran 3. Hasil Pengolahan Data

# PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN HANDPHONE NOKIA

(Studi di “Apollo Cell” Di Plaza Marina Surabaya)

Oleh :

Achmad Faizal

## Abstraksi

Penelitian ini dilakukan di Apollo Cell Plaza Marina Surabaya. Berdasarkan hasil Penjualan Produk handphone Nokia di Apollo Cell Plaza Marina Surabaya yang cenderung mengalami penurunan dalam dalam 10 bulan terakhir Periode Agustus 2012 – April 2013. Hal tersebut didukung oleh nilai Top Brand Index (TBI) pada Smartphone BlackBerry tahun 2011 bernilai 41,5%, selanjutnya pada tahun 2012 nilai Top Brand Index (TBI) Smartphone BlackBerry mengalami penurunan dibandingkan dengan tahun 2012 yaitu menjadi 40,7%, serta jumlah komplain konsumen di “Apollo Cell” Plaza Marina Surabaya yang cukup besar dari periode Agustus 2012 – April 2013. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan pada pengguna handphone nokia (studi di “apollo cell” di plaza marina surabaya).

Data yang digunakan adalah data primer yaitu data dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada pengguna handphone Nokia di Surabaya yang berjumlah 140 orang. Skala pengukuran yang digunakan adalah likert dengan teknik pengukuran dengan jenjang 1-5. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik non probability sampling tepatnya tepatnya purposive sampling yaitu pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan- pertimbangan tertentu. Pada penelitian ini ada 14 indikator, sehingga jumlah sampel yang diestimasi penelitian ini adalah sebesar  $10 \times 14 = 140$  responden. Teknik analisis yang digunakan adalah PLS untuk melihat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan pada pengguna handphone nokia (studi di “apollo cell” di plaza marina surabaya)

Hasil pengujian dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh tidak signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna handphone Nokia di Surabaya, dan kualitas layanan berpengaruh tidak signifikan dan negatif terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna handphone Nokia di Surabaya, sedangkan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna handphone Nokia di Surabaya

**Kata Kunci:** Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Globalisasi semakin terlihat jelas dengan adanya berbagai perubahan di segala bidang ke arah yang semakin modern. Komunikasi dan informasi merupakan bidang yang terlihat jelas perkembangannya, terutama dalam hal teknologi yang digunakan di dalamnya. Sepuluh tahun yang lalu, dunia belum mengenal ponsel pintar atau yang sekarang disebut dengan istilah *smartphone*, namun hanya mengenal istilah telepon. Begitu pula dengan robot hijau yang sekarang disebut dengan nama *Android*. *Smartphone* dan *Android* merupakan sekelumit dari hasil perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin memudahkan masyarakat dunia dalam menjalin relasi dengan keluarga, sahabat, dan kerabat antar wilayah bahkan antar benua.

Perkembangan teknologi di bidang komunikasi dan informasi mulai terlihat sejak telepon yang berkembang menjadi telepon seluler yang dapat dibawa oleh penggunanya ke mana saja dan di mana saja. Kepraktisan dalam hal penggunaan pada telepon seluler itulah yang kemudian menjadikan alat komunikasi tersebut lebih disukai oleh banyak orang daripada telepon biasa dan sejak saat itu pula bermunculan perusahaan-perusahaan yang mulai menciptakan telepon seluler.

Seiring dengan berjalannya waktu, persaingan dalam dunia bisnis pun semakin ketat. Persaingan bisnis dalam perkembangan di era globalisasi menuntut perusahaan harus mampu bersikap dan bertindak cepat dan tepat dalam menghadapi persaingan di lingkungan bisnis yang bergerak sangat dinamis dan penuh dengan ketidakpastian. Hal tersebut berlaku pula dalam dunia bisnis telepon seluler. Penggunaan telepon seluler atau yang biasa disingkat ponsel itu kini semakin berkembang di dunia. Vendor- vendor ponsel baru pun semakin banyak bermunculan di tengah-tengah masyarakat dunia yang semakin dipengaruhi oleh kebutuhan yang serba instan, mobilitas tinggi, dan gaya hidup yang modern. Ponsel yang awalnya digunakan hanya untuk keperluan menelepon yang lebih praktis karena bisa dibawa ke mana pun dan di mana pun, kini seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi menjadi dapat digunakan untuk kegiatan lainnya seperti pengiriman pesan dalam bentuk pesan singkat maupun pesan multimedia.

Perkembangan pemakaian ponsel tersebut ternyata juga dipengaruhi oleh adanya peningkatan dalam penggunaan internet yang dilakukan oleh tingkatan masyarakat mulai dari yang muda sampai yang tua. Apalagi sejak berkembangnya situs jejaring sosial seperti facebook dan twitter yang semakin meningkatkan frekuensi masyarakat untuk selalu online tidak hanya di depan layar komputer, namun juga di depan layar ponsel mereka masing-masing. Apalagi ditambah dengan kemunculan vendor baru seperti research in motion yang menciptakan Blackberry, dan Apple yang menciptakan Iphone yang menawarkan teknologi baru dalam bidang komunikasi ponsel. Hal itu pula yang membuat para vendor

ponsel global seperti Nokia, Samsung, Sony Ericsson, LG, dan Motorola semakin saling berkompetisi untuk menciptakan ponsel yang multifungsi agar dapat bersaing dengan vendor ponsel lainnya.

Nokia adalah salah satu vendor ponsel yang sampai saat ini masih menjadi pemimpin di antara ponsel-ponsel lainnya di dunia dan yang pertama kali memperkenalkan ponsel GSM 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 Nokia dapat memenangkan persaingan bisnis komunikasi dan tetap menjadi pemimpin ponsel nomer satu di dunia.

Nokia juga mendirikan Nokia Care Center yang menjadi sarana dan prasarana bagi pengguna Nokia yang membutuhkan bantuan pelayanan resmi. Pelayanan yang diberikan itu berupa perbaikan bila terjadi kerusakan selama masa garansi ataupun tidak, pembelian berbagai aksesoris ponsel Nokia, ataupun untuk sekedar mengetahui informasi mengenai produk dan harga Nokia. Hal tersebut dilakukan agar pengguna tidak hanya mendapatkan kepuasan dari segi produk, melainkan juga dari segi pelayanan. Kualitas layanan sebagai tingkat mutu yang diharapkan dan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu tersebut untuk

memenuhi kebutuhan konsumen. Kualitas layanan dibentuk oleh 5 (lima) dimensi antara lain tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. (Darsono, 2010: 47)

Berikut data hasil penjualan handphone Nokia Periode Agustus 2012 – April 2013 yang diambil dari Apollo Cell yang merupakan salah satu counter handphone terbesar di Plaza Marina Surabaya.

Tabel 1.1

Data Hasil Penjualan Produk handphone Nokia  
di Apollo Cell Plaza Marina Surabaya  
Periode Agustus 2012 – April 2013

| Periode | Jumlah (Unit) |
|---------|---------------|
| Agu-12  | 76            |
| Sep-12  | 66            |
| Okt-12  | 93            |
| Nop-12  | 57            |
| Des-12  | 102           |
| Jan-13  | 90            |
| Feb-13  | 84            |
| Mar-13  | 67            |
| Apr-13  | 56            |

Sumber: Apollo Cell Plaza Marina Surabaya Surabaya, 2013

Dari tabel 1.1 dapat diketahui bahwa hasil Penjualan Produk handphone Nokia di Apollo Cell Plaza Marina Surabaya yang cenderung mengalami penurunan dalam dalam 10 bulan terakhir Periode Agustus 2012 – April 2013.

Penjualan produk handphone Nokia di Apollo Cell Plaza Marina Surabaya dapat mewakili jumlah penjualan produk handphone Nokia di seluruh Plaza Marina Surabaya, sehingga jika terjadi penurunan pada penjualan produk handphone Nokia di Apollo Cell dapat diasumsikan bahwa penjualan produk handphone Nokia di seluruh Plaza Marina Surabaya juga mengalami penurunan. Penurunan pada penjualan produk handphone Nokia tersebut mengindikasikan tingkat loyalitas pelanggan di Surabaya yang menurun. Penurunan tingkat loyalitas pelanggan tersebut salah satunya dikarenakan oleh kualitas layanan yang jelek dan kepuasan pelanggan Nokia yang rendah.

TBI (Top Brand Indeks) bisa dijadikan alat yang baik untuk mengukur kinerja merek dari tahun ke tahun. Konsumen Indonesia semakin fasih terhadap teknologi. Teknologi yang semakin baru akan diminati oleh konsumen dan membuat merek lain yang punya teknologi terdahulu menjadi usang.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti di “Apollo Cell” Plaza Marina Surabaya menunjukkan bahwa terdapat beberapa keluhan dari pelanggan akibat kurang puasnya pelanggan dengan pelayanan yang diberikan oleh “Apollo Cell” Plaza Marina Surabaya, salah satunya adalah karyawan “Apollo Cell” Plaza Marina Surabaya yang terkesan acuh dan kurang ramah terhadap pelanggan yang datang.

Berikut Daftar TBI (Top Brand Indeks) Smartphone Blackberry dari tahun 2011 - 2012 :

Tabel 1.2  
Top Brand Indeks (TBI) Award

| Merek         | 2011   | Merek         | 2012   |
|---------------|--------|---------------|--------|
| BlackBerry    | 41,5 % | BlackBerry    | 40,7 % |
| Nokia         | 39,8 % | Nokia         | 37,9 % |
| iPhone        | 6,2 %  | Samsung       | 6,6 %  |
| Samsung       | 5,3 %  | Nexian        | 3,9 %  |
| Sony Ericcson | 3,3 %  | iPhone        | 3,8 %  |
|               |        | Sony Ericcson | 3,6 %  |

Sumber : Majalah Marketing, [www.tobrand-award.com](http://www.tobrand-award.com)

Tabel 1.2 menjelaskan bahwa nilai Top Brand Index (TBI) pada Smartphone BlackBerry tahun 2011 bernilai 41,5 %, selanjutnya pada tahun 2012 nilai Top Brand Index (TBI) Smartphone BlackBerry mengalami penurunan dibandingkan dengan tahun 2012 yaitu menjadi 40,7 %.

Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan seperti yang dinyatakan oleh Kurz and Clow (1998: 382) dalam Laksana (2008: 96) sebagai berikut: “if the service perform at the level that is expected or predicted, the satisfaction level is considered to be just OK” artinya jika pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai yang diharapkan maka akan memberikan kepuasan. Dengan demikian kualitas pelayanan terus ditingkatkan sehingga mencapai apa yang diharapkan oleh pelanggan maka akan puas.

Penurunan pengguna Nokia tersebut ternyata dipengaruhi oleh adanya penurunan tingkat kepuasan penggunanya. Menurut Darsono (2010: 47) bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang timbul karena

membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.

Berikut ini akan disajikan data jumlah komplain konsumen pada nokia-care Surabaya, periode Agustus 2012 – April 2013.

Tabel 1.3

Jumlah Komplain Konsumen di “Apollo Cell” Plaza Marina Surabaya  
Periode Agustus 2012 – April 2013

| Periode | Jumlah Komplain Konsumen<br>(Orang) |
|---------|-------------------------------------|
| Agu-12  | 16                                  |
| Sep-12  | 14                                  |
| Okt-12  | 11                                  |
| Nop-12  | 12                                  |
| Des-12  | 18                                  |
| Jan-13  | 15                                  |
| Feb-13  | 12                                  |
| Mar-13  | 13                                  |
| Apr-13  | 15                                  |

Sumber: “Apollo Cell” di Plaza Marina Surabaya, Tahun 2013

Berdasarkan Tabel 1.3, diketahui bahwa selama periode Agustus 2012 – April 2013 jumlah komplain konsumen di “Apollo Cell” Plaza Marina Surabaya yang cukup besar.

Namun demikian, disatu sisi produk ini mendapatkan keluhan dari para konsumen. Keluhan-keluhan yang ada disampaikan melalui media internet antara lain: (1) Garansi nokia kurang dipercaya. (2) Kurang tersedianya spare part ponsel nokia. (3) Mic pada ponsel sering tidak berfungsi. (4) Layer LCD sering mudah rusak dll. ([www.ponselmania.com](http://www.ponselmania.com)).

Dengan adanya keluhan-keluhan yang disampaikan oleh konsumen tersebut maka diharapkan pihak nokia tidak hanya sekedar sibuk berinovasi dan meluncurkan tipe- tipe berbeda setiap minggunya, tapi tidak meningkatkan atau bahkan mempertahankan kualitas produk. Hal ini akan mempengaruhi kepuasan konsumen sebagaimana dikemukakan Kotler (1994: 10) kepuasan konsumen erat sekali hubungannya dengan produk yang berkualitas.

Berikut ini akan disajikan tabel indeks kepuasan pengguna handphone di Indonesia:

Tabel 1.4  
Indeks Kepuasan Pengguna Handphone di Indonesia  
(dalam persen)

| Peringkat | Merek         | 2011  | Merek      | 2012  |
|-----------|---------------|-------|------------|-------|
| 1         | BlackBerry    | 4,549 | BlackBerry | 4,456 |
| 2         | Nokia         | 3,874 | Nokia      | 3,852 |
| 3         | iPhone        | 3,674 | Samsung    | 3,743 |
| 4         | Samsung       | 3,594 | Nexian     | 3,735 |
| 5         | Sony Ericcson | 3,580 | iPhone     | 3,693 |

Sumber: [www.icsa-indo.com](http://www.icsa-indo.com), 2012

Data di atas menjelaskan bahwa pengguna Nokia terlihat kurang puas pada apa yang sudah diberikan Nokia. Padahal dalam kondisi persaingan yang ketat, hal utama yang harus diprioritaskan adalah kepuasan pelanggan yang pada akhirnya akan menarik minat pelanggan untuk membeli ulang suatu produk.

Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan seperti yang dinyatakan oleh Oliver (1999) dalam (Darsono, 2010: 49) yang menyatakan bahwa kepuasan memiliki peran penting dalam membentuk loyalitas pelanggan.



Berdasarkan uraian tersebut peneliti tertarik melakukan penelitian dan kajian yang lebih mendalam tentang hubungan kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan untuk kemudian dijadikan sebagai penelitian dengan judul “Loyalitas Pelanggan Handphone Nokia Di “Apollo Cell” Marina Surabaya”.

### 1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diajukan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas layanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna handphone Nokia di Surabaya?
2. Apakah kualitas layanan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna handphone Nokia di Surabaya?
3. Apakah kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna handphone Nokia di Surabaya?

### 1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna handphone Nokia di Surabaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna handphone Nokia di Surabaya.

3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna handphone Nokia di Surabaya.

#### 1.4. Manfaat Penelitian.

Penelitian yang dilakukan ini akan diperoleh manfaat antara lain :

1. Bagi Peneliti

Untuk menambah wawasan dan pengalaman secara praktik di bidang pemasaran khususnya mengenai teoritik tentang kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang menjadikan pertimbangan dalam pemecahan masalah yang berkaitan dengan kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan

3. Bagi Universitas

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat dan menambah perbendaharaan perpustakaan serta sebagai bahan perbandingan bagi rekan-rekan mahasiswa yang mengadakan penelitian dengan masalah yang sama di masa yang akan datang.