

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi yang semakin tinggi membuat berbagai kalangan masyarakat mengetahui segala jenis perkembangan teknologi yang memiliki manfaat dan kegunaan teknologi itu sendiri. Masyarakat mulai memasukkan kebutuhan-kebutuhan baru sebagai kebutuhan dasar mereka. Salah satu kebutuhan tersebut diantaranya adalah kebutuhan perkembangan teknologi, karena teknologi merupakan salah satu kebutuhan hidup yang sangat penting dalam menunjang aktifitas sehari-hari. Oleh karena itu, masyarakat menjadi selektif dalam memilih perangkat teknologi untuk berkomunikasi, terutama dalam memenuhi interaksi dan komunikasi di dunia maya bagi setiap orang.

Berdasarkan hal tersebut, di tengah-tengah lingkungan masyarakat berkembang usaha-usaha dalam bidang teknologi yang menyediakan berbagai perangkat teknologi untuk berkomunikasi masyarakat. pemenuhan kebutuhan maupun keinginan adalah tercapainya tingkat loyalitas pelanggan terhadap jasa yang diberikan oleh pihak pemilik usaha tersebut. Tjiptono (2000:54) menyebutkan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan erat dengan loyalitas konsumen. Pelayanan menjadi faktor utama seorang pelanggan menjalin hubungan yang erat. Pelayanan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk kepentingan orang lain, dan bukan sekedar

bermaksud untuk melayani namun untuk membangun suatu kerja sama jangka panjang dengan prinsip saling menguntungkan.

Melihat respon masyarakat yang sangat tinggi terhadap perangkat mobile Smartphone itu lah yang melatar belakangi OPPO Electronic Corp, Ltd ikut andil dalam meramaikan pasar Smartphone. Mungkin banyak masyarakat khususnya di Indonesia yang tidak tahu tentang Sejarah Perusahaan Oppo Electronic. OPPO Electronic Corp, Ltd pertama kali didirikan pada tahun 2004 sebagai produsen elektronik yang beralamat di Dongguan, Guangdong, China. Sebelum merambah ke teknologi smartphone, OPPO memproduksi peralatan elektronik seperti MP3 Player, Portable Media Player, LCD TV, eBook, DVD, dan Disc Player. Barulah pada tahun 2008 OPPO mulai menggarap pasar Smartphone.

Pada bulan April tahun 2013 ini OPPO untuk pertama kalinya menginjakkan kaki di pasar Indonesia secara resmi. Sebelum memasarkan produknya ke Indonesia, OPPO terlebih dahulu melebarkan sayapnya ke beberapa negara seperti, Amerika, Vietnam, Thailand, Rusia, dan Qatar. Sejak saat itu OPPO terus melakukan promosi dalam rangka memperkenalkan kualitas brandnya melalui iklan TV, Internet, Media Cetak dll.

Service center OPPO smartphone di Surakarta salah satu tempat *service* OPPO yang melayani kebutuhan masyarakat dengan pelayanan jasa, pelayanan sebagai salah satu cara untuk mempertahankan loyalitas pelanggan. OPPO service center memiliki karyawan yang mampu

dihandalkan dalam memberikan kualitas pelayan yang diharapkan, memiliki fasilitas yang lengkap dan memadai agar seorang pelanggan merasa lebih nyaman dan tidak beralih ke produk yang lain.

OPPO merupakan merek *Handphone* terbaru tetapi OPPO berani menyaingi harga pasar *handphone* lain yang sudah melegenda di pasar global di Indonesia, dengan bukti nyata setiap *conter* penjualan *handphone* selalu terdapat sales tersendiri untuk pengenalan dari *handphone* OPPO sendiri, bahkan banyak diantara *conter handphone* ini mengunggulkan atau sekedar menyarankan untuk memilih OPPO sebagai pilihan tepat *smartphone*.

Dalam kondisi seperti ini nampak jelas bahwa OPPO telah melakukan strategi pemasaran yang langsung mengarah kepada pelayanan *service* ke *konsumen*, untuk itu pelayanan *service* yang di berikan kepada OPPO harus sesuai dengan harapan para konsumen, mengingat banyaknya kompetitor dan juga betapa pentingnya loyalitas pelanggan dalam mempertahankan pasar mereka. Melalui program peningkatan pelayanan perusahaan seperti OPPO *smartphone* pastinya memiliki rancangan tersendiri dalam mencapai suatu tujuan

Dalam mengembangkan suatu usaha, pelayanan merupakan suatu kebutuhan yang seharusnya selalu dijaga dan ditingkatkan. Karena pelayanan dapat menjadi faktor utama seorang pelanggan bertahan dalam melakukan pembelian. Pelayanan yang baik merupakan pelayanan yang memiliki mutu atau kualitas yang harus diperhatikan. Pelayanan yang baik dapat berupa

sikap yang ramah yang dimiliki setiap karyawan terhadap pelanggan. Agar pelanggan merasa nyaman dan puas telah melakukan transaksi pada tempat tersebut.

Loyalitas bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai (Tjiptono dan Chandra, 2005: 195), sedangkan Kotler (2003: 61) mendefinisikan loyalitas sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang dialami setelah membandingkan antara persepsi kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya. Dari pengertian diatas dapat dipahami bahwa peran kualitas pelayanan yang baik merupakan hal sangat penting dan sangat berpengaruh, tanpa adanya pelayanan yang tepat produk akan kurang diminati oleh konsumen

Loyalitas menunjukkan kondisi dari durasi waktu tertentu masyarakat bahwa tindakan pembelian terjadi tidak kurang dari dua kali. Loyalitas pelanggan merupakan hal yang sangat penting ditengah persaingan bisnis yang tinggi, karena dengan loyalitas akan bermanfaat bagi perkembangan jangka panjang perusahaan. Dengan adanya loyalitas pelanggan, berarti telah membuktikan bahwa usaha yang telah berdiri tersebut mampu mempertahankan pelanggan yang datang melakukan pembelian kembali. Oliver dalam Ishak (2011) menyatakan loyalitas merupakan suatu komitmen yang kuat dan mampu mendorong terjadinya pembelian ulang. Dari pengertian diatas dapat difahami bahwa peran kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat penting dan berpengaruh. Oleh karena itu, dimensi kualitas pelayanan menurut Pasuraman dalam Lupiyoadi (2013: 216-217) meliputi:

(1) Berwujud atau Bukti Fisik (*tangible*), (2) reliabilitas (*reliability*), (3) Ketanggapan (*responsiveness*), (4) Jaminan dan Kepastian (*assurance*), (5) Empati (*empathy*). Dimensi kualitas pelayanan tersebut berkaitan erat dengan loyalitas pelanggan. Dalam penelitian ini dimensi kualitas pelayanan berkaitan dengan service center OPPO *smartphone* sebagai berikut :

- a. Berwujud atau Bukti Fisik (*tangible*) yaitu berupa sarana dan prasarana yang lengkap, alat-alat untuk service yang memadai, mempunyai lahan parkir yang luas, mempunyai ruang tunggu, hingga pada seragam karyawan guna menjaga penampilan karyawan.
- b. Reliabilitas (*reliability*) yaitu kinerja karyawan pada *service center* OPPO *smartphone* yang tepat dan akurat, serta pelayanan yang dapat dipercaya. Karyawan yang memiliki sikap dan tanggungjawab yang baik.
- c. Ketanggapan (*responsiveness*) yaitu daya tanggap yang dimiliki oleh karyawan *service center* OPPO *smartphone* dalam menerima konsultasi dan memberikan pelayanan sesuai dengan harapan pelanggan.
- d. Jaminan dan kepastian (*assurance*) yaitu karyawan *service center* OPPO *smartphone* yang mampu diandalkan, dapat dipercaya, serta memiliki etika yang sopan. Sehingga dalam memberikan pelayanan pelanggan merasa aman.
- e. Empati (*empathy*) yaitu karyawan *service center* OPPO *smartphone* dapat memberikan perhatiannya secara penuh terhadap pelanggan, dapat menjalin hubungan komunikasi yang baik serta memiliki tingkat perhatian dan rasa peduli yang tinggi.

Berdasarkan Latar Belakang diatas maka peneliti selanjutnya akan meneliti tentang pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kelayaitasan konsumen di *service center* OPPO *smartphone* di Surakarta. Peneitian akan menggunakan pendapat Parasuraman meliputi : Tangible, Reliability, Responsive, Assurance, Emphaty. Dengan judul yang akan diusung pada penelitian ini yaitu **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA SERVICE CENTER PERUSAHAAN OPPO SMARTPHONE DI SURAKARTA.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dapat dijabarkan dengan perumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh variabel Tangible terhadap loyalitas konsumen ?
2. Bagaimana pengaruh variabel Reliability terhadap loyalitas konsumen ?
3. Bagaimana pengaruh variabel Responsive terhadap loyalitas konsumen ?
4. Bagaimana pengaruh variabel Assurance terhadap loyalitas konsumen ?
5. Bagaimana pengaruh variabel Emphaty terhadap loyalitas konsumen ?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan masalah yang di ungit maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji apakah variabel tangible berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.
2. Untuk menguji apakah variabel reliability berpengaruh terhadap loyalitas

konsumen.

3. Untuk menguji apakah variabel responsive berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.
4. Untuk menguji apakah variabel assurance berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.
5. Untuk menguji apakah variabel empathy berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang di peroleh adalah :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam penambahan kualitas pelayanan pada *service center* OPPO *smartphone* serta meningkatkan kepuasan pelanggan untuk yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi peneliti lain

Hasil dari penelitian ini diharap dapat membantu bagi peneliti berikutnya untuk menjadi sebuah referensi penelitian.

b. Bagi perusahaan

Sebagai sumbangan pemikiran dan pertimbangan perusahaan untuk meningkatkan layanan melalui variabel-variabel yang ada.

3. Sistematika Penulisan

Untuk menyusun penelitian dalam bentuk skripsi, sistematika penulisan yang digunakan adalah :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan tentang tinjauan pustaka yang berisikan landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, serta hipotesis yang menjelaskan tentang teori dengan pokok pembahasan dan penelitian terdahulu menjadi dasar acuan teori yang digunakan penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian. Selain itu dijelaskan tentang profil singkat perusahaan, variabel penelitian, metode pengambilan sampel, jenis data yang digunakan beserta sumbernya, teknik pengumpulan data, dan metode analisa yang digunakan untuk menganalisa hasil pengujian sampel.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang deskriptif objek penelitian, analisa data dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Bab ini menguraikan tentang simpulan atas hasil pembahasan analisa data penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran yang bermanfaat untuk peneliti selanjutnya.