

RINGKASAN EKSEKUTIF

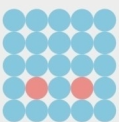
YULI WIDY ASTONO. 2010. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Layanan Purna Jual BlackBerry. Di bawah bimbingan **HARIANTO** dan **LILIK NOOR YULIATI**

Pertumbuhan pengguna BlackBerry di Indonesia terus meningkat dari tahun ke tahun. Pada tahun 2009 angka penjualan BlackBerry mengalami pertumbuhan hingga 10 %, artinya terdapat penambahan pengguna baru yang cukup signifikan . Menurut catatan Depkominfo total pengguna BlackBerry pada tahun 2009 telah mencapai jumlah sekitar 400.000 – 425.000 pengguna di seluruh Indonesia. Menurut Kotler (2003) selain kualitas produk, pelanggan masa kini menginginkan pelayanan yang semakin baik, yang disertai oleh penyesuaian (*customization*). Sehingga peningkatan kualitas layanan yang bersifat *intangibile* akan memberikan dampak yang signifikan bagi kepuasan pelanggan. Kualitas layanan dari industri telepon seluler biasanya terfokus pada layanan purna jual (*after sales services*). Saat ini BlackBerry telah memiliki *BlackBerry Authorized Customer Care Centers* yang merupakan fasilitas layanan purna jual dan akan berhubungan langsung dengan para pelanggan. Fungsi layanan purna jual dalam industri telepon seluler antara lain layanan garansi purna jual, layanan perbaikan kerusakan, penyediaan *accessories*, layanan pemeliharaan, serta fasilitas pendukung layanan purna jual itu sendiri.

Berdasarkan latar belakang tersebut bagaimanakah layanan purna jual BlackBerry yang ada memberi pengaruh terhadap kepuasan konsumen penggunaannya. Apakah atribut-atribut layanan purna jual yang ada telah sesuai dengan harapan konsumen. Hal tersebut menarik untuk diteliti sehingga perusahaan mendapatkan informasi yang ilmiah dalam menjaga mutu layanan dan kepuasan konsumennya. Tujuan dilakukannya penelitian adalah mendeskripsikan karakteristik konsumen pengguna BlackBerry, menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap layanan purna jual BlackBerry, menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap layanan purna jual BlackBerry, merumuskan implikasi manajerial dalam meningkatkan kepuasan konsumen layanan purna jual BlackBerry.

Penelitian lapangan dilakukan di wilayah DKI Jakarta pada bulan Agustus hingga September 2010. Pendekatan penelitian dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan survey. Teknik pengambilan contoh yang digunakan adalah *nonprobability sampling* (penarikan sampel secara tak acak) dengan metode *snowball sampling*, yaitu sampel diambil berdasarkan kemudahan untuk mendapatkannya dan kesediaan responden untuk memberikan informasi mengenai teman atau keluarga yang pernah menggunakan layanan purna jual dan dapat diwawancarai. Responden yang diwawancara minimal berumur 16 tahun sampai 55 tahun dan pernah menggunakan layanan purna jual resmi BlackBerry. Jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 154 responden. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, SEM, analisis Suharjo Split, *Penalty Reward Analysis* dan CSI.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



Karakteristik responden pengguna BlackBerry sebagian besar adalah laki-laki, usia 21-25 tahun, berstatus menikah, tingkat pendidikan S1, pekerjaan karyawan/karyawati dan tingkat pengeluaran sebesar > Rp. 5.500.001. Responden pengguna BlackBerry adalah mereka yang mendapatkan informasi BlackBerry melalui teman dengan masa penggunaan kurang dari 1 tahun dan membeli BlackBerry melalui toko handphone. Informasi mengenai pelayanan purna jual diketahui pertama kali dari teman dengan frekuensi mendatangi pelayanan purna jual sebanyak satu kali yaitu setelah membeli BlackBerry dalam rentang waktu 1-5 bulan sesudah pembelian.

Hasil perhitungan CSI diperoleh nilai indeks kepuasan pengguna BlackBerry sebesar 62,2 %. Nilai indeks kepuasan tersebut menunjukkan tingkat kepuasan berada pada kriteria cukup puas. Secara keseluruhan konsumen merasa cukup puas terhadap kinerja atribut-atribut yang terdapat dalam layanan purna jual BlackBerry. Namun demikian kualitas layanan purna jual BlackBerry masih perlu ditingkatkan sampai mendekati kriteria sangat puas mengingat jumlah pengguna BlackBerry yang semakin meningkat.

Faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan adalah fasilitas layanan, ketersediaan suku cadang, sumber daya manusia dan kualitas hubungan pelanggan. Berdasarkan analisis SEM semua faktor dinyatakan memberi kontribusi terhadap kepuasan. Namun terdapat indikator variabel yang paling mempengaruhi kepuasan pelanggan untuk masing-masing variabel. Untuk variabel fasilitas layanan, indikator variabel yang paling mempengaruhi kepuasan adalah jaringan servis center Blackberry yang luas. Suku cadang yang diberikan asli (*original*), merupakan indikator utama yang menjadi prioritas untuk diperhatikan dalam variable ketersediaan suku cadang. Untuk variabel sumber daya manusia (SDM) indikator yang paling mempengaruhi adalah kecepatan pelayanan servis dan pelanggan senantiasa mendapatkan informasi baru BlackBerry pada variable kualitas hubungan pelanggan.

Sebagian besar atribut layanan yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi harapan namun demikian berdasarkan hasil analisis Diagonal seluruh atribut masih berada di bawah garis *efficient service*. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan masih perlu ditingkatkan sesuai dengan prioritas yang sudah ditentukan.

Kata Kunci : Kepuasan Konsumen, BlackBerry, Layanan Purna Jual, *Customer Satisfaction Index (CSI)*, *Structural Equation Modeling (SEM)*

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.