

ANALISIS PERBANDINGAN LOYALITAS KONSUMEN BLACKBERRY SEBELUM DAN SESUDAH ADANYA BBM FOR ANDROID, DAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHINYA

Gabor Nemeth ¹⁾
Eka Fitriyani ²⁾

¹⁾ Etovos Lorand University

²⁾ Universitas Mercu Buana

¹⁾ email: gabornemeth109@yahoo.com

²⁾ email: eka.fitriyani@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to analyze the comparison of consumer loyalty before and after the emergence of BBM For Android and the factors that influence it. This research is a comparative study. The analysis tool in research methods used are test instruments, different test and factor analysis test. Research results with different test T-Paired shows that the value of T count (5.571) > T table (0.676) and the Sig. (0,000) < a (0.05) which means that there is a difference of consumer loyalty before and after the emergence of BBM For Android, which is where the differences it shows a decrease of loyalty with an average decrease of 4,243. And analysis of test factors using the KMO Bartlett's test said that factors used tested the feasibility with the value 0,875, and the most dominant factor in influencing consumer loyalty is the satisfaction felt by consumers and Brand Image. Suggestions for further research, should expand the factors research and improved research in order to obtain more accurate results.

Keywords : Consumer Loyalty, Factors of Consumer Loyalty

1. Pendahuluan

BlackBerry hadir di Indonesia pada pertengahan Desember 2004 dan menjadi salah satu merek ternama di dunia termasuk Indonesia. Meskipun begitu BlackBerry tidak luput dari persaingan industri *handphone* dengan banyak munculnya merek-merek *smartphone* ternama yang mengusung sistem operasi Android. Hal itu menyebabkan animo masyarakat terhadap BlackBerry berkurang, namun BlackBerry justru membuat keputusan yang mengejutkan dengan mengeluarkan *BBM For Android* pada oktober 2013.

Apakah keputusan BlackBerry untuk melepas BBM adalah keputusan yang tepat ditengah mulai menurunnya animo masyarakat terhadap BlackBerry? Kenyataannya banyak konsumen setia BlackBerry yang mulai beralih ke *smartphone* Android dan meninggalkan BlackBerry. Masalah baru dihadapi BlackBerry, penjualan yang kian menurun bisa jadi disebabkan oleh keputusan besar yang mereka ambil.

Oleh karena itu berdasarkan uraian diatas, penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Analisis Perbandingan Loyalitas Konsumen BlackBerry Sebelum dan Sesudah Adanya BBM For Android, dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya.”**

2. Kajian Pustaka

Pengertian loyalitas konsumen menurut Assauri (2012:14), Loyalitas konsumen merupakan kecenderungan konsumen atau konsumen untuk memilih nilai organisasi yang ditawarkan di atas alternatif tawaran organisasi pesaing.

Dimensi loyalitas konsumen menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2008:203) yaitu :

- a. Membicarakan hal-hal positif kualitas produk atau jasa kepada orang lain
- b. Merekomendasikan jasa perusahaan kepada orang lain
- c. Mendorong teman untuk berbisnis dengan perusahaan tersebut
- d. Mempertimbangkan perusahaan sebagai pilihan pertama dalam menggunakan produk atau jasa tersebut.

Sedangkan Griffin (2005:31) mengungkapkan pendapat lain mengenai dimensi loyalitas konsumen, yaitu :

- a. Melakukan pembelian berulang secara teratur
- b. Membeli antar lini produk dan jasa
- c. Merefereasikan kepada orang lain
- d. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing.

Selanjutnya Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen Menurut Marconi (dalam Priyanto doyo 2006:45) sebagai berikut :

1. Nilai (harga dan kualitas)
2. Citra, (baik dari kepribadian yang dimilikinya dan reputasi dari merk tersebut)
3. Kenyamanan dan kemudahan untuk mendapatkan produk
4. Kepuasan yang dirasakan oleh konsumen
5. Pelayanan
6. Garansi dan jaminan

3. Metode Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas dapat dilakukan dengan uji signifikansi yaitu dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel ($df = n-2$), dalam hal ini adalah jumlah sampel.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas mengandung pengertian bahwa suatu instrumen dapat dipercaya untuk digunakan sebagai pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik.

3. Uji Beda T-Paired

Uji T – paired adalah analisis dengan melibatkan dua pengukuran pada subjek yang sama terhadap suatu pengaruh atau perlakuan tertentu. Apabila suatu perlakuan tidak memberi pengaruh, maka perbedaan rata-rata adalah nol.

4. Uji Analisis Faktor

Analisis faktor adalah prosedur untuk mengelompokkan data menjadi beberapa kelompok berdasarkan hasil mengurangi (*reduction*) dan meringkas (*summarization*). Yang digunakan disini adalah KMO *Bartlett's Test* dan rotasi faktor.

4. Hasil dan Pembahasan

1. Uji Validitas

No	Pernyataan	Total Correlations
1	Anda akan membicarakan hal yang positif tentang kualitas produk Blackberry	,521**
2	Menurut Anda kualitas pelayanan Blackberry sudah baik	,448**
3	Anda menjadikan Blackberry sebagai pilihan utama dalam membeli handphone	,511**
4	Anda menggunakan Blackberry karena fitur Blackberry Messenger (BBM) nya	,366**
5	Anda bersedia membeli produk lama Blackberry	,517**
6	Anda tertarik untuk terus mengikuti perkembangan produk Blackberry	,496**
7	Anda bersedia membeli produk keluaran terbaru Blackberry	,516**
8	Anda tidak terpengaruh dengan munculnya BBM For Android	,081
9	Anda menggunakan Blackberry karena harganya sesuai dengan kualitas	,514**
10	Anda menggunakan Blackberry karena bagi Anda Blackberry adalah merek terbaik	,520**
11	Anda menggunakan Blackberry karena Blackberry mudah ditemukan di berbagai gerai handphone	,470**
12	Anda menggunakan Blackberry karena kecepatannya dalam pengiriman pesan (tidak lemot)	,470**
13	Anda sudah cukup puas menggunakan Blackberry, sehingga tidak perlu berpindah ke merek lainnya	,347**
14	Anda menggunakan Blackberry karena terdapat garansi resmi dan jaminan yang sesuai	,512**
15	Anda tertarik dengan munculnya Blackberry Messenger (BBM) For Android	,273**
16	Anda berpikir untuk menggunakan <i>smartphone</i> Android dalam pemakaian fitur BBM	,284**
17	Anda akan mereferensikan orang lain untuk menggunakan Blackberry	,487**
18	Anda pernah menjadikan Blackberry sebagai pilihan utama dalam membeli handphone	,286**
19	Anda merasa tetap perlu untuk menggunakan fitur Blackberry Messenger (BBM) apapun jenis <i>smartphone</i> yang digunakan	,518**
20	Anda menjadikan Blackberry Messenger (BBM) sebagai fitur favorit	,568**
21	Anda tidak berminat menggunakan produk Blackberry setelah munculnya <i>smartphone</i> Android	-,117
22	Anda membeli <i>smartphone</i> Android karena mengikuti trend di lingkungan Anda	,140
23	Menurut Anda <i>smartphone</i> Android memiliki sistem yang lebih canggih	,045
24	Menurut Anda <i>smartphone</i> Android memiliki fitur yang lebih lengkap	,049
25	Adanya BBM For Android menguntungkan Anda	,287**
26	Anda merasa tidak perlu lagi menggunakan Blackberry jika sudah memiliki <i>smartphone</i> Android	,010
27	Adanya BBM For Android mempengaruhi Anda untuk beralih ke <i>smartphone</i> berbasis Android	,267**
28	Anda akan mereferensikan orang untuk menggunakan <i>smartphone</i> Android karena sudah ada fitur BBM For Android didalamnya	,185*

Dari data diatas diperoleh kesimpulan bahwa ada 6 item yang tidak valid dikarenakan item tersebut memiliki nilai r hitung yang lebih kecil dari r tabel (0,166). Item-item tersebut diantaranya adalah item nomor 8, 21, 22, 23, 24, dan 26. Maka selanjutnya peneliti tidak lagi memakai item-item tersebut dalam penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,811	22

Dari hasil diatas dapat dilihat bahwa Alpha Cronbach memiliki nilai sebesar 0,811. Nilai tersebut lebih besar dari 0,70 sehingga nilai tersebut dinyatakan reliabel.

3. Uji Beda T-paired

Paired Samples Test

		Paired Differences					T	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
					Lower	Upper			
Pair 1	Sebelum – Sesudah	4,243	9,011	,762	2,737	5,749	5,571	139	,000

Dari hasil tabel diatas dapat disimpulkan sebagai berikut, nilai Df: degree of freedom (derajat kebebasan) : Untuk uji T Paired selalu N-1. Di mana N adalah jumlah sampel. Maka df : 139. Dan T tabel pada df 139 adalah **0,676**.

Nilai T hitung (**5,571**) > T tabel (**0,676**), dan nilai Sig. (**0,000**) < a (**0,05**). Artinya Terdapat perbedaan loyalitas konsumen sebelum dan sesudah adanya perlakuan (adanya BBM For Android). Dan dari nilai Mean dapat diketahui bahwa rata-rata penurunannya sebesar 4,243.

4. Uji Analisis Faktor

- Uji tingkat kelayakan faktor

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,875
Approx. Chi-Square		1608,721
Bartlett's Test of Sphericity	Df	231
	Sig.	,000

Dari tabel diatas terlihat bahwa nilai KMO adalah 0,875 dimana syarat nilai KMO > 0,5 dan sig = 0,000 < 0,05. Hal ini berarti analisis faktor layak digunakan.

- Uji rotasi faktor

Rotated Component Matrix^a

	Component			
	1	2	3	4
Membicarakan hal positif	,417	-,117	,453	,334
Kualitas pelayanan	,141	-,068	,426	,533
Pilihan utama merek	,747	-,177	,325	,137
Menggunakan BB karena fitur BBMnya	,028	,162	-,010	,717
Membeli ulang produk lama	,710	-,094	,228	,254
Mengikuti perkembangan produk	,784	-,086	,354	-,070
Membeli produk baru	,711	-,060	,422	-,049
Harga sesuai dengan kualitas	,226	-,091	,744	,100
Citra sebagai merek terbaik	,452	-,213	,625	,107
Kenyamanan mendapatkan produk	,399	-,162	,574	,124
Kualitas produk	,289	-,150	,639	,143
Kepuasan konsumen	,597	-,362	,487	-,094
Garansi dan jaminan	,190	,101	,736	-,075
Tertarik dengan BBM For Android	-,032	,807	-,213	-,079
Berpikir menggunakan Android utk Fitur BBM	-,034	,787	-,220	-,024
Mereferensikan kepada orang lain	,655	-,089	,217	,266
Pernah menjadi pilihan utama	,112	-,065	,032	,636
Akan menggunakan BBM apapun jenis hp nya	,204	,597	,044	,373
BBM sebagai fitur favorit	,501	,358	,177	,293
Adanya BBM For Android menguntungkan	-,096	,793	-,114	-,030
Beralih ke Android karena ada BBM For Android	-,325	,713	-,008	,071
Mereferensikan kepada orang lain untuk beralih ke <i>smartphone</i> Android	-,493	,701	,130	-,089

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 6 iterations.

Dari tabel diatas ditarik kesimpulan bahwa faktor yang paling dominan yang berada pada komponen 1 adalah Kepuasan yang dirasakan oleh konsumen sebesar 0,597. Diikuti oleh Nilai (harga sesuai kualitas), garansi dan jaminan resmi yang diberikan, Citra merek, Kenyamanan dan Kemudahan mendapatkan produk, dan Kualitas pelayanan.

Sedangkan jika peneliti hanya memasukkan variabel dari faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen dalam analisis uji faktor, hasilnya seperti berikut :

Component Matrix^a

	Component
	1
Nilai	,776
Citra	,841
Kenyamanan_mendapatkan _produk	,761
Kepuasan_yang_dirasakan	,785
Pelayanan	,506
Garansi	,680

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

Sumber : Data SPSS Diolah

Dalam hasil ini tidak perlu dilakukan *Rotated Component Matrix*, karena variabel-variabel yang ada hanya masuk kedalam satu komponen faktor. Sehingga dapat langsung terlihat faktor mana yang paling dominan, dalam mempengaruhi loyalitas konsumen.

Faktor yang paling dominan adalah Citra yaitu sebesar 0,841, diikuti dengan Kepuasan yang dirasakan Konsumen, Nilai (harga & kualitas), Kenyamanan dan Kemudahan dalam mendapatkan produk, Garansi dan Jaminan, dan faktor terakhir yang tingkat pengaruhnya paling rendah adalah Pelayanan.

5. Kesimpulan dan Saran

Dari penelitian ini diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat perbandingan atau perbedaan loyalitas konsumen BlackBerry sebelum dan sesudah adanya BBM For Android. Sesuai dengan hasil uji T-paired yang dilakukan, bahwa terdapat perbedaan yang signifikan dan perbedaan itu menunjukkan penurunan loyalitas konsumen BlackBerry sesudah adanya BBM For Android.
2. Meskipun terdapat penurunan loyalitas konsumen BlackBerry, namun masih ada konsumen yang menunjukkan loyalitasnya terhadap BlackBerry. Dan faktor yang paling dominan mempengaruhi loyalitas konsumen BlackBerry adalah **Kepuasan** yang dirasakan oleh konsumen dan Citra Merek.

Saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi penelitian selanjutnya yang akan mengambil tema yang sama, sebaiknya menambahkan faktor-faktor lain yang memungkinkan dalam mempengaruhi loyalitas konsumen BlackBerry serta dapat memperpanjang periode penelitian agar hasil lebih akurat.
2. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini dapat dijadikan informasi tambahan dan pertimbangan bagi perusahaan dalam melakukan kebijakan. Perusahaan harus fokus pada kualitas produk BlackBerry karena sesungguhnya bagi konsumen yang loyal merasa sudah cukup puas dengan produk BlackBerry, sesuai dengan hasil dari penelitian ini bahwa Kepuasan yang dirasakan konsumen dan Citra Merek menjadi faktor yang paling dominan.

Referensi

Buku

- Alma, Buchari. (2005). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung : Alfabeta.
- Assauri, Sofjan. (2012). *Strategic Marketing. Sustaining Lifetime Customer Value*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Firdaus, Muhammad. (2009). *Manajemen Agribisnis*. Jakarta : Bumi Aksara
- Griffin, Jill. (2005). *Customer Loyalty*. Edisi Revisi dan Terbaru. Jakarta : Erlangga.
- Griffin, Jill. (2007). *Customer Loyalty*. Edisi Revisi Terbaru. Jakarta :
- Hasan, Ali. (2008). *Marketing*. Jakarta : PT Buku Kita
- Imam, Ghazali. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P dan Keller, K.L. (2008). *Manajemen Pemasaran*. (Jilid Satu Edisi Keduabelas Cetakan Ketiga). Jakarta : Indeks
- Kotler, P dan Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. (Jilid Satu Edisi Keenam). Jakarta : Indeks
- Lupiyoadi, Rambat Dan A. Hamdani. (2008). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- Priyatno, Duwi. (2010). *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*. Yogyakarta : Media Kom.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta
- Swastha, Basu. (2009). *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta : BPFE-UGM
- Terry, George R & Rue, Leslie W. (2010). *Dasar-dasar Manajemen*. (Terjemahan : G.A. Ticoalu). Jakarta : Bumi Aksara
- Umar, Husein. (2005). *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*. Jakarta : Ghalia Indonesia
- Utomo, Priyanto Doyo. (2006). *Analisis Terhadap Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Pada Operator Telepon Seluler*. Thesis: Universitas Gadjah Mada.

Skripsi

- Sitanggang, Arnold. (2013). *"Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus : PT. BANDO INDONESIA)"*. Jakarta : Universitas Mercu Buana
- Astuti, Rini. (2013). *"Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Jasa Terhadap Loyalitas Pelanggan Salon JHONNY ANDREAN, Mal Taman Anggrek"*. Jakarta : Universitas Mercu Buana
- Andini, Fajdhika. (2008). *"Analisis Perbandingan Efisiensi Biaya Produksi Sebelum dan Sesudah Penerapan Total Quality Management"*. Bandung : Universitas Widyatama

Website

- <http://tekno.kompas.com/read/2013/10/22/0640595/Resmi.BBM.untuk.Android.dan.iPhone.Sudah.Bisa.Diunduh> (Diakses pada Selasa, 20 Januari 2015)
- <http://inet.detik.com/read/2013/05/15/140103/2246538/317/ini-alasan-blackberry-boyong-bbm-ke-android--ios> (Diakses pada Rabu, 21 Januari 2015)