



BAB I

PENDAHULUAN



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Latar Belakang Masalah

Smartphone BlackBerry kini makin booming dikalangan pengguna ponsel genggam di Tanah Air. BlackBerry adalah perangkat seluler yang memiliki kemampuan *push e-mail*, telepon, sms, *browsing*, *messenger* (BlackBerry Messenger), dan berbagai kemampuan nirkabel lainnya. BlackBerry pertama kali diperkenalkan pada tahun 1999 oleh perusahaan Kanada, *Research In Motion* (RIM) dan baru diperkenalkan di Indonesia pada pertengahan Desember 2004 oleh operator Indosat dan perusahaan Starhub. Pasar Blackberry kemudian diramaikan juga oleh dua operator besar lainnya di tanah air yakni Excelcom dan Telkomsel.

Seperti yang telah disebutkan di atas mengenai keunggulan dari Blackberry, yaitu *push e-mail*. Dengan *push e-mail* semua e-mail masuk dapat diteruskan langsung ke ponsel. *E-mail* juga sudah mengalami proses kompresi dan *scan* di *server* BlackBerry sehingga aman dari *virus*. Sebuah *e-mail* berukuran 1MB, jika diterima melalui *push e-mail* dapat menjadi 10 kb dengan isi yang tetap dan dapat menampung *e-mail* hingga puluhan ribu tanpa ada risiko hang, asalkan masih ada memori tersisa.

BlackBerry Messenger merupakan salah satu keunggulan dari perangkat BlackBerry selain layanan *Push Mail*. Layanan *Messenger* ini dibuat khusus bagi pemilik BlackBerry dan dirancang khusus untuk berkomunikasi diantara pengguna. Cara menggunakan BlackBerry Messenger adalah dengan penghubung nomor PIN yang juga eksklusif dimiliki masing-masing perangkat BlackBerry. (<http://id.wikipedia.org/wiki/BlackBerry>).

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 dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Harga BlackBerry yang terjangkau membuat banyak orang membeli

Smartphone ini, bahkan stasiun televisi Kanada (tempat asal BlackBerry), CBC News membuat liputan yang mengungkapkan betapa berjayanya BlackBerry di Indonesia saat ini, hingga Indonesia pun mendapat sebutan BlackBerry Nation (Negara BlackBerry). Tak heran BlackBerry masih menguasai 46 persen pasar *smartphone* di Indonesia. (<http://teknologi.news.viva.co.id/news/read/264334-indonesia--negara-blackberry>)

BlackBerry telah merubah cara belanja konsumen dalam membeli suatu produk dan jasa. BlackBerry secara cepat memasuki fenomena baru yakni banyak pemakai BlackBerry menggunakan BlackBerry untuk menjual produk, disamping itu BlackBerry juga digunakan untuk menjalin komunikasi langsung dengan konsumen..

Kemudahan dalam menggunakan BlackBerry, paket-paket BlackBerry yang ditawarkan dengan harga murah oleh provider, dan ekspedisi-ekspedisi yang mudah dijangkau membuat pertumbuhan online shop via BlackBerry di Indonesia semakin menjamur.

Trend bisnis yang tengah diliputi dunia usaha di Indonesia saat ini adalah online shop via BlackBerry, karena begitu mudah melakukannya. Dengan merubah *profile picture*, meng-*update status*, meng-*invite* orang-orang ke *group*, meng-*upload* foto, dan mem-*broadcast* pesan untuk memberi tahu produk atau jasa yang dijual kita sudah bisa mendapatkan keuntungan jika ada orang yang tertarik membeli. Bahkan tidak sedikit satu orang bisa mempunyai dua sampai tiga BlackBerry untuk berjualan online shop karena terbatasnya jumlah pin di setiap BlackBerry.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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 dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Seiring kian banyaknya pengguna BlackBerry di Indonesia, layanan belanja

di internet secara *online* juga ikut tumbuh pesat mengikuti tingginya minat belanja *online*.

Para pedagang pun membuat toko *online* dan menjual produk kepada mereka yang sering menjelajahi dunia maya (*internet*). *Online store* atau yang lebih dikenal dengan nama *online shop* merupakan toko yang beroperasi secara *online* dapat diklasifikasikan sebagai bentuk dari *e-tailing*. *E-tailing* merupakan sebuah format eceran dimana pengecer (*retailer*) berkomunikasi dengan pelanggan dan menawarkan barang dan jasa melalui internet. (Peter Jones, Colin Clarke-Hill, David Hillier, 2002, Vol. 20 Iss: 4, pp.229 - 233).

Berbagai transaksi jual beli yang sebelumnya dilakukan dengan cara tatap muka kini dapat dilakukan dengan mudah dan nyaman. Dengan belanja online, seseorang hanya perlu mobile phone yang terhubung dengan internet, sehingga dapat menjelajahi toko online, dan memilih produk yang diinginkan. Selain itu konsumen pun dapat melakukan perbandingan harga dan produk sebelum menentukan dimana akan membeli. Salah satu jenis pemasaran yang menghubungkan bisnis dengan setiap pelanggan mereka melalui peralatan / jaringan mobile pada waktu yang tepat dan ditempat yang tepat dan membutuhkan izin eksplisit dari pelanggan dan memiliki interaksi yang aktif secara online disebut *Mobile Marketing* (Dushinski, 2009:3)

Namun, untuk menarik konsumen agar membeli produk yang ditawarkan di BlackBerry bukanlah hal yang mudah faktor utamanya adalah keamanan pada *Mobile Marketing*. Konsumen memiliki banyak pertimbangan sebelum melakukan transaksi pembayaran, biasanya konsumen yang baru pertama kali berbelanja secara *online* akan merasa cemas. Kecemasan tersebut bermacam – macam, seperti takut ditipu, barang yang dipesan tidak sampai, serta ketidaksamaan produk yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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 dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



diterima dengan produk yang dipesan. Sedangkan kendala dari pemilik online shop seperti kehabisan stock, pengiriman terlambat, serta sikap para konsumen yang terkadang menjengkelkan. Dengan banyaknya resiko yang mungkin terjadi dalam melakukan pembelian melalui *Mobile Marketing*, maka faktor kepercayaan (*trust*) dari seorang konsumen merupakan salah satu faktor kunci untuk mempengaruhi terjadinya transaksi. Menurut penelitian yang telah dilakukan, (Kim, D. J., Ferrin, D. L, & Rao, H. R., 2003 : 157-167) kepercayaan secara kuat mempengaruhi intensi pembelian secara *online*.

Mayer, Davis, & Schooman (1995) setelah melakukan review literatur dan pengembangan teori secara komprehensif menemukan suatu rumusan bahwa kepercayaan (*trust*) dibangun atas tiga dimensi, yaitu kemampuan (*ability*), kebaikan hati (*benevolence*), dan integritas (*integrity*). Tiga dimensi ini menjadi dasar penting untuk membangun kepercayaan seseorang agar dapat mempercayai suatu media, transaksi, atau komitmen tertentu. Sebagai contoh kasus, penulis memilih secara acak orang – orang yang pernah membeli produk atau jasa secara online shop melalui Blackberry Messenger dan merupakan obyek penelitian yang tepat untuk mengukur dimensi kepercayaan dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian online shop.

Berdasarkan fenomena yang terjadi seperti di atas, maka penulis ingin melakukan penelitian tentang apakah ability, benevolence, dan integrity penjual online shop mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan online shop, maka skripsi ini berjudul: “ Analisis Pengaruh Kemampuan (*Ability*), Perbuatan Baik (*Benevolence*), Dan Integritas (*Integrity*) Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Online Shop (Studi Kasus: Blackberry Messenger)”

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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 dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat diperoleh identifikasi masalah yang akan diteliti sesuai dengan batasan kemampuan peneliti, adalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh kemampuan (*ability*) terhadap keputusan pembelian pelanggan online shop via BlackBerry?
2. Apakah ada pengaruh kebaikan hati (*benevolence*) terhadap keputusan pembelian pelanggan online shop via BlackBerry?
3. Apakah ada pengaruh integritas (*integrity*) terhadap keputusan pembelian pelanggan online shop via BlackBerry?
4. Apakah ada pengaruh keamanan (*secure*) terhadap tingkat keputusan pembelian (*purchase decision*) pelanggan online shop via BlackBerry?
5. Apakah ada pengaruh cara pembayaran terhadap tingkat keputusan pembelian (*purchase decision*) pelanggan online shop via Blackberry?

C. Batasan Masalah

Karena luasnya cakupan bidang penelitian, maka penulis perlu membatasi masalah yang akan dibahas dalam penelitian, sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh kemampuan (*ability*) terhadap keputusan pembelian pelanggan online shop via BlackBerry?
2. Apakah ada pengaruh kebaikan hati (*benevolence*) terhadap keputusan pembelian pelanggan online shop via BlackBerry?
3. Apakah ada pengaruh integritas (*integrity*) terhadap keputusan pembelian pelanggan online shop via BlackBerry?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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 dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



D. Batasan Penelitian

Ⓒ Dalam melakukan analisis ini, maka penulis akan membatasi penelitian pada :

1. Periode penelitian dilakukan dari bulan Agustus 2012 sampai Agustus 2013
2. Obyek penelitian adalah elemen - elemen dari kepercayaan pelanggan online shop via BlackBerry.
3. Subyek penelitian adalah konsumen yang pernah melakukan transaksi dengan online shop via Blackberry dalam kurun waktu satu tahun terakhir

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah dan batasan masalah diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut : “analisis pengaruh kemampuan (*ability*), perbuatan baik (*benevolence*), integritas (*integrity*) penjual online shop terhadap keputusan pembelian pelanggan online shop”.

F. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Mengetahui besarnya pengaruh kemampuan (*ability*) terhadap tingkat keputusan pembelian pelanggan online shop via BlackBerry.
2. Mengetahui besarnya pengaruh perbuatan baik (*benevolence*) terhadap tingkat keputusan pembelian pelanggan online shop via BlackBerry.
3. Mengetahui besarnya pengaruh integritas (*integrity*) terhadap tingkat keputusan pembelian pelanggan online shop via BlackBerry.

G. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini penulis berharap dapat memberikan manfaat kepada:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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 dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Pelaku Online Shop

Penulis berharap dapat memberikan saran – saran yang bermanfaat kepada Pelaku online shop yang menjadi obyek penelitian dalam skripsi ini. Dengan demikian penelitian yang dilakukan ini dapat membantu perusahaan dalam memperbaiki, menyempurnakan bahkan mengubah strategi pemasarannya di mata konsumen

2. Peneliti Berikutnya dan Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan tambahan pengetahuan mengenai pengembangan penelitian di bidang *mobile marketing*, khususnya yang berkaitan dengan peningkatan kepercayaan dan minat pembelian pelanggan *mobile marketing*.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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 dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.