

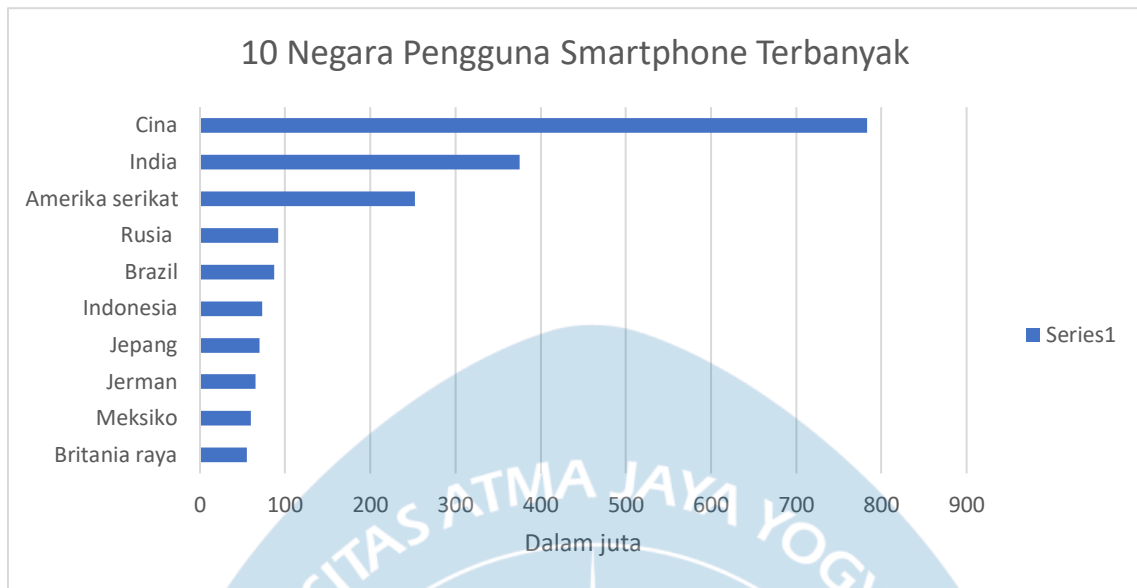
# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi sangat berkembang pesat satu dekade terakhir. Dalam kehidupan sehari-hari. Masyarakat sering menggunakan produk-produk pintar seperti *smartphone*, *smart tv*, *smart vacuum cleaner*, dan barang lainnya. Harus kita sadari bahwa salah satu manfaat yang kita rasakan terhadap berkembangnya produk-produk pintar adalah dipermudahkannya pekerjaan sehari-hari. Seperti menentukan suatu rute jalan yang paling efisien pada aplikasi Google Maps. Memesan makanan dengan aplikasi Gojek atau Grab, hingga dapat berkonsultasi dengan dokter melalui aplikasi seperti Halodoc.

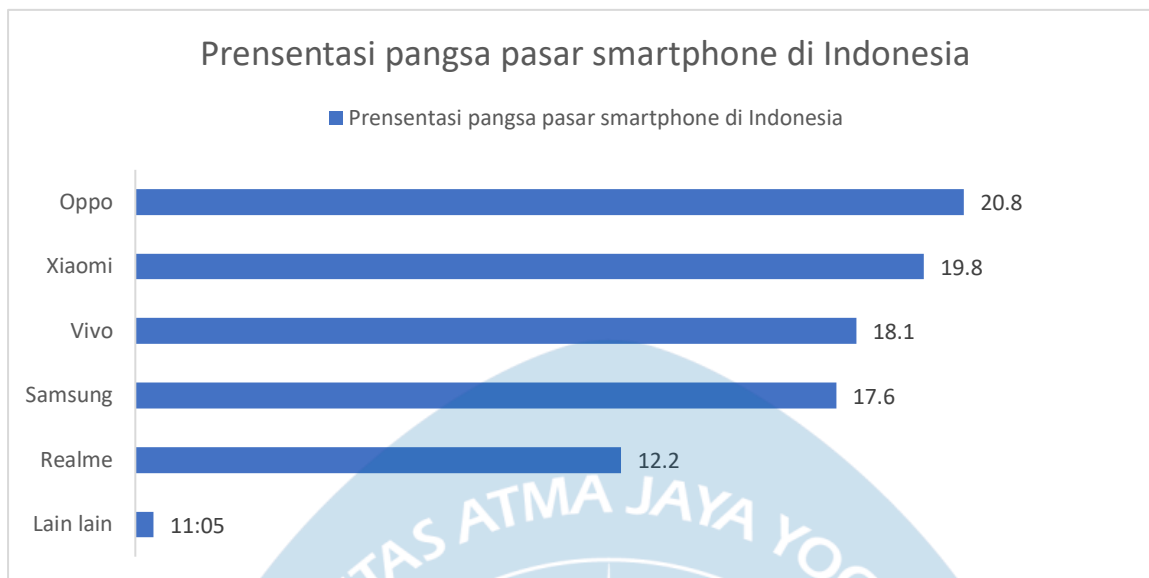
Pada era teknologi ini, *smartphone* menjadi barang melekat pada kehidupan kita sehari-hari. Pada tahun 2023, Indonesia menduduki peringkat ke 6 sebagai pengguna *smartphone* terbesar dunia menyaingi Jepang dan Jerman. Berdasarkan Worldometer per 8 Agustus 2023 tercatat Indonesia memiliki sebanyak 73 juta pengguna *smartphone* dan berada dalam posisi ke 6 dalam jajaran pengguna *smartphone* di dunia seperti yang ditunjukkan oleh Gambar 1.1 (*Goodstats.id*, diakses 15 Januari 2024). pengguna *smartphone* cenderung memiliki perubahan dalam aktivitas dan kehidupan sehari-harinya. Seperti aktivitas berbelanja yang terjadi perubahan saat ini. Teknologi mempermudah aktivitas berbelanja dan mempersingkat waktu sehingga ibu rumah tangga dapat meningkatkan efisiensi waktu.



Gambar 1.1  
Data Pengguna Smartphone di beberapa Negara

Sumber : Goodstats.id, diakses 15 Januari 2024

Dalam pasar smartphone ada beberapa merek yang menguasai pasar. Berdasarkan data yang didapatkan dari *Databoks* (2021) menyatakan bahwa beberapa merek yang bermain di pasar smartphone antara lain : Oppo, Vivo, Xiaomi, Samsung, Realme, dan lain lain. merek tersebut dipasar diIndonesia dipimpin oleh mereka Oppo, informasi mengenai market share produk smartphone di Indonesia dapat dilihat pada Gambar 1.2



Gambar 1.2  
Smartphone dengan Pangsa Pasar Tertinggi di Indonesia

Sumber : Databoks.katadata.co.id, diakses 15 Januari 2024

Empat pesaing dalam pasar pasar smartphone yang juga memiliki market share yang cukup besar adalah merek Oppo, Xiaomi, Vivo, dan Samsung.

Samsung menjadi salah satu pilihan *smartphone* saat ini, namun perusahaan yang berdiri pada tahun 1938 tersebut bukan berawal dari perusahaan elektronik yang kita kenal saat ini. Pada awal berdirinya, Samsung adalah perusahaan perdagangan, tekstil, asuransi dan ritel hingga 3 dekade. Pada akhir tahun 1960 Samsung mulai berekspansi dalam industri elektronik dan menjadi perusahaan raksasa elektronik hingga saat ini. Keputusan Samsung untuk masuk kedalam pasar ponsel menjadi salah satu keputusan terbaik bagi perusahaan. Pasalnya Samsung mendapatkan keuntungan yang fantastis, tidak hanya penjualan *smartphone*, Samsung juga menyediakan komponen ponsel untuk B2B seperti panel layar ponsel, baterai, hingga *chipset*. Bahkan hingga saat ini, pasar global telah mengakui bahwa Samsung adalah raja dari *smartphone* berbasis android.

Perkembangan tingkat kualitas pendidikan sejalan dengan perkembangan teknologi. Dengan adanya teknologi *smartproduct*, proses mencatat, menyimpan catatan, membagikan informasi, dan lain lain sangat di permudah. Dengan adanya perkembangan teknologi sampai

saat ini ,proses pembelajaran pun semakin efisien. Tahun 2020, satu dunia dilanda penyakit berupa virus yang sangat mudah menyebar hingga aktivitas tatap muka harus di minimalisir, jawaban atas masalah tersebut dapat teratasi dengan teknologi kita saat ini. Kita dapat berterimakasih pada teknologi streaming seperti Zoom, Google Meet, Msteams, dan lain lain sehingga proses seperti Belajar mengajar dan rapat dapat berjalan dengan baik.

Dahulu masyarakat membeli kalender untuk mengetahui tanggal dan bulan, bahkan ada kalender yang harus disobek ketika mengganti hari. Namun sekarang semua mempunyai kalender pada *smartphone*-nya dan pada ponsel pun tidak perlu menandai tanggal bulan dan tahun saat ini , ia akan berganti sendiri ketika berganti hari. Proses tersebut dinamakan *autonomi* yang diartikan dalam bahasa Indonesia adalah otomasi. Otomasi adalah salah suatu teknologi dimana proses atau prosedur dilakukan tanpa bantuan manusia atau penggunanya (Groove,2007). Pada tahun 2011, Apple memperkenalkan *siri* seiring dengan peluncuran produk terbarunya Iphone 4s. *Siri* adalah teknologi voice assistant yang dapat diaktifkan melalui perintah suara lalu dapat berinteraksi dan melakukan perintah yang seadanya seperti memasang alarm, mencatat pengingat pada tanggal tertentu, dan lain lain. *Siri* adalah salah satu teknologi yang mendorong perkembangan dalam segi otomasi sehingga semua perusahaan teknologi besar mengeluarkan teknologi yang sama seperti *samsung*. Pada tahun 2012 samsung memperkenalkan *s voice* namun konsumen merasa teknologi tersebut tidak bekerja dengan optimal, lalu *samsung* memperkenalkan *bixby* pada tahun 2017 sebagai pengganti *s voice* dengan versi yang lebih optimal.

Multifungsi adalah fitur yang sangat dekat dengan smartphopne. Dalam KBBI multifungsi adalah suatu yang mempunyai berbagai fungsi atau tugas. Pada dasarnya, ponsel tercipta dengan fungsi mengirim pesan berupa tulisan atau suara, namun sekarang ponsel telah berkembang menjadi alat multifungsi namun tidak menghilangkan fungsi dasarnya. Dari hal kecil seperti mencari informasi di *Google* sampai memesan jasa transportasi di *gojek*. Revolusi terbesar pada *smartphone* pertama kali adalah *iphone* generasi pertama dengan mengabungkan *ipod*(alat pemutar musik) dan aplikasi berbasis internet.

Menurut Rahayu(2010) adaptif adalah kemampuan untuk menyesuaikan dengan standar yang berlaku di lingkungannya. Dalam teknologi, adaptif adalah hal yang sangat krusial. Nokia adalah salah satu contoh produk yang tidak adaptif. Pada masa jayanya, Nokia sangat percaya bahwa teknologinya tidak akan tergantikan sedangkan konsumen pada saat itu sudah menginginkan teknologi baru dan Nokia gagal dan terlambat untuk beradaptasi pada perubahan sehingga Nokia pun kehilangan konsumennya. Tahun 2007 adalah tahun dimana Nokia gagal beradaptasi pada pasar permintaan global. Ditahun tersebut Apple meluncurkan

Iphone generasi pertamanya dengan gabungan dari beberapa produk yaitu telepon, email, internet, dan Ipod. Pada saat Nokia masih teguh pada teknologi mereka, Samsung merilis ponsel pertama mereka yang bekerjasama dengan sistem Android pada tahun 2009 dengan nama samsung Galaxy Spica, dan satu tahun kemudian Samsung meluncurkan produk pertama yang menjadi lini produk ponsel android terbesar yang dinamai Samsung Galaxy S.

Arti *smart* pada smartpone dan smartproduct merujuk pada keahliannya pada integrasi dengan produk atau teknologi lain. *Smartphone* adalah peningkatan dari *featurephone* yang kita kenal sebagai *nokia*. *Featurephone* adalah ponsel dengan fitur email saja. Kini, smartphone dapat berintegrasi dengan teknologi yang ada di sekitar kita seperti televisi, speaker, mesin cuci dan lain lain.

### 1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah *autonomi* memiliki pengaruh terhadap *perceived prouct smartness* pada pengguna produk *smartphone* Samsung?
2. Apakah *adaptability* memiliki pengaruh terhadap *perceived product smartness* pada pengguna produk *smartphone* Samsung?
3. Apakah *reactivity* memiliki pengaruh terhadap *perceived prouct smartness* pada pengguna produk *smartphone* Samsung?
4. Apakah *multifungsionality* memiliki pengaruh terhadap *perceived prouct smartness* pada pengguna produk *smartphone* Samsung?
5. Apakah *ability to cooperate* memiliki pengaruh terhadap *perceived prouct smartness* pada pengguna produk *smartphone* Samsung?
6. Apakah *perceived product smartness* memiliki pengaruh terhadap *satisfaction* pada pengguna produk *smartphone* Samsung?
7. Apakah *perceived product smartness* memiliki pengaruh terhadap *satisfaction* dengan dimoderasi oleh *consumer inovatifness* pada pengguna produk *smartphone* Samsung?

### 1.3 Tujuan penelitian

1. Untuk menganalisa pengaruh *autonomi* terhadap *perceived prouct smartness* pada pengguna produk *smartphone* Samsung.
2. Untuk menganalisa pengaruh *adaptability* terhadap *perceived prouct smartness* pada pengguna produk *smartphone* Samsung.
3. Untuk menganalisa pengaruh *reactivity* terhadap *perceived prouct smartness* pada pengguna produk *smartphone* Samsung.

4. Untuk menganalisa pengaruh *multifungsionality* terhadap *perceived prouct smartness* pada pengguna produk *smartphone* Samsung.
5. Untuk menganalisa pengaruh *ability to cooperate* terhadap *perceived prouct smartness* pada pengguna produk *smartphone* Samsung.
6. Untuk menganalisa pengaruh *perceived product smartness* terhadap *satisfaction* pada pengguna produk *smartphone* Samsung.
7. Untuk menganalisa pengaruh *perceived product smartness* terhadap *satisfaction* dengan dimoderasi oleh *customer inovatifness* pada pengguna produk *smartphone* Samsung.

#### **1.4 Manfaat penelitian**

##### **1.4.1 Manfaat teoritis**

Menjadi referensi bagi penelitian yang akan datang khususnya dalam bidang *gadget smartphone* dan teori terkait dengan *autonomi*(otomasi), *adaptability*(adaptasi), *reactivity*(reaktivitas), *multifungsionality*(multifungsi), *ability to cooperate*(kemampuan untuk bekerjasama), *perceived prouct smartness*. Penelitian ini juga berkontribusi dalam memberikan pengembangan pada studi terkait kepuasan konsumen.

##### **1.4.2. Manfaat praktis**

Karya tulis ini dapat menjadi pertimbangan bagi perusahaan *smartphone* untuk mengambil keputusan dalam aspek apa yang harus diambil seperti *autonomi*(otomasi), *adaptability*(adaptasi), *reactivity*(reaktivitas), *multifungsionality*(multifungsi), atau *ability to cooperate*(kemampuan untuk bekerjasama), dalam produk *smartphone* mereka kedepannya. Dari beberapa aspek tersebut, perusahaan dapat memilih aspek apa yang berpengaruh signifikan dalam memaksimalkan kepuasan konsumen.

Salah satu manfaat bagi konsumen dalam penelitian ini adalah terbukanya pilihan baru bagi konsumen dengan segmen yang lebih spesifik dalam bidang inovasi sehingga perusahaan dapat bersaing dalam hal tersebut.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

### **BAB I Pendahuluan**

Pada bab ini membahas mengenai latar belakang dalam penelitian ini. Bab ini juga menggali mengenai rumusan masalah serta tujuan penelitian. Di dalam bagian pada bab 1 memberikan penjelasan mengenai manfaat yang didapatkan secara teoritis dan praktis atas dilakukannya penelitian ini.

### **BAB II Kajian Literatur dan Pengembangan Hipotesis**

Bab ini membahas mengenai variabel dan hipotesis penelitian ini. Bab ini juga membahas kajian kajian penelitian sebelumnya. Bab ini juga menjelaskan definisi variabel beserta sumber sumber dari penelitian sebelumnya.

### **BAB III Metodologi Penelitian**

Bab ini berisi penjelasan mengenai jenis penelitian, subjek objek dan tempat penelitian, populasi dan sampel penelitian, pengukuran data dan metode yang digunakan, dan metode analisis data.

### **BAB IV Analisis Data dan Pembahasan**

Bab ini membahas hasil statistika deskriptif yang berisi demografi responden , minimal , maximal dan rata rata data responden. Bab ini terdapat tabel dan hasil analisis data yang disertai kesimpulan dan pembahasan penelitian dengan perbandingan antara penelitian ini dan sebelumnya.

### **BAB V Penutup dan Implikasi Manajerial**

Bab terakhir berisi kesimpulan, implikasi manajerial, kelemahan penelitian dan saran penelitian kedepannya. Bab ini merangkum hasil penelitian serta menjabarkan kesulitan, kekurangan serta memberikan beberapa informasi dan saran kepada penelitian pada penelitian ini.