

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan jaman yang cepat, dan modern serta diiringi dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang semakin maju, hal ini menyebabkan banyak pemain industri jasa maupun produk untuk berlomba-lomba dalam memenangkan persaingan yang semakin ketat dan memiliki keunggulan kompetitif. Semakin beragamnya produk maupun jasa yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen dalam berbagai merek serta diiringi dengan perkembangan yang pesat dari teknologi yang berdampak pada informasi dan telekomunikasi, dan seluruh aspek-aspek kehidupan masyarakat, hal ini telah meningkatkan keinginan konsumen untuk mencoba produk dalam berbagai merek.

Seiring dengan berkembangnya internet di Indonesia yang maju, internet menjadi fitur yang wajib ada dan berubah fungsi dalam ponsel itu sendiri selain digunakan untuk telepon dan SMS (*Short Message Service*). Sekarang ini ponsel tidak hanya digunakan untuk telepon dan SMS (*Short Message Service*) tetapi konsumen menginginkan ponsel untuk dapat memenuhi kebutuhannya dan membantu memudahkan konsumen dalam melakukan aktivitasnya. Kebutuhan konsumen yang semakin beragam dan didukung dengan perkembangan internet yang semakin maju maka

munculah suatu produk untuk dapat menjawab dan memenuhi kebutuhan konsumen yaitu *smartphone*.

Saat ini, *smartphone* merupakan fenomena baru bagi masyarakat yang memudahkan masyarakat dari segi informasi maupun bertelekomunikasi khususnya di Yogyakarta. *Smartphone* atau ponsel cerdas merupakan kombinasi dari PDA dan ponsel, namun lebih berfokus pada bagian ponselnya. *Smartphone* ini mengintegrasikan kemampuan ponsel dengan fitur komputer - PDA. *Smartphone* mampu menyimpan informasi, *e-mail*, dan instalasi program, seperti menggunakan *mobile phone* dalam satu *device*. *Smartphone* biasanya berorientasi pada fitur ponsel dibanding dengan fitur PDA. Sebagian besar perangkat *mobile* yang melebihi kemampuan ponsel dapat dikategorikan sebagai *smartphone*. Banyak yang mendefinisikan *smartphone* adalah ponsel yang di dalamnya berisi inovasi gadget termutakhir (Chuzaimah, *et al.*, 2010).

Beberapa pemain di pasar *smartphone* yang mendunia adalah Blackberry dengan Blackberry OS, Nokia dengan OS Symbian, dan Apple dengan iOS. Namun beberapa tahun terakhir, OS Android, patner kerjasama Google, mulai menyeruak masuk ke pasar *smartphone*. Android adalah sistem operasi berbasis Linux untuk telepon seluler maupun komputer tablet. Android menyediakan *platform* terbuka bagi para pengembang untuk menciptakan aplikasi mereka sendiri untuk digunakan oleh bermacam peranti bergerak. Bermula dari kerjasama antara Google Inc dengan Android Inc di tahun 2000 dan akhirnya Android Inc diakuisisi oleh Google

Inc di tahun 2005. *Vendor* yang memelopori masuknya ponsel berbasis OS Android di Indonesia tahun 2009 adalah HTC asal Taiwan dengan ponselnya yaitu HTC Magic. Selanjutnya berbagai vendor lain seperti Samsung, Sony, Asus, Lenovo, LG dll mulai meluncurkan ponsel-ponsel berbasis OS Android di tahun 2010. Sejak itu, para pengamat mulai memprediksi bahwa Android akan *booming* dengan angka penjualan 400% di tahun 2010. (www.indoforum.org,2011)

Menurut hasil survei, *smartphone* berbasis android telah mempunyai pengguna terbanyak dibandingkan *smartphone* berbasis OS yang lain. Hal itu dikarenakan OS android bersifat *open source*, sehingga aplikasi pihak ketiga untuk *operating system* android berkembang sangat pesat, semakin banyaknya jumlah aplikasi dan *games* yang beredar untuk *smartphone* berbasis android. Walaupun bisa dibilang android merupakan OS yang memiliki umur termuda dibanding *mobile* OS lainnya, tapi dalam waktu beberapa tahun saja android dapat bersaing dengan *mobile* OS lainnya yang sudah populer lebih dulu bahkan berdasarkan statistik survey yang dilakukan pada akhir tahun 2011, android menguasai 43% pangsa pasar *mobile* OS dan mengalahkan pesaing-pesaingnya.

Pengguna *smartphone* yang akan diteliti dalam penelitian ini salah satunya adalah mahasiswa yang ada di Yogyakarta. Pemilihan mahasiswa sebagai subjek penelitian adalah karena mahasiswa merupakan suatu komunitas yang berpikiran terbuka terhadap segala informasi serta memiliki keingintahuan terhadap segala hal yang ada disekitarnya, tidak terkecuali

terhadap produk *smartphone*. Dengan latar belakang pendidikan dan pengetahuannya, diasumsikan mereka mempunyai pengetahuan yang cukup untuk memberikan penilaian terhadap *smartphone* yang mereka gunakan. Selain mahasiswa, pengguna *smartphone* dikalangan para pekerja (karyawan swasta, pegawai negeri / PNS, wirausaha) juga akan dijadikan sebagai subjek penelitian.

Penelitian ini merupakan replikasi dan dari penelitian yang dilakukan sebelumnya, penelitian yang akan direplikasi adalah jurnal yang dibuat oleh Pandey dan Nakra (2014) dengan judul asli *Consumer Preference Towards Smartphone Brands, with Special Reference to Android Operating System*. Dari analisis dan uraian diatas maka penulis mencoba melakukan penelitian ini dalam bentuk tugas akhir dengan judul: **“Preferensi Konsumen Terhadap Merek *Smartphone* Berdasarkan Sistem Operasi”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasar latar belakang diatas, maka masalah pokok penelitian yang akan direncanakan adalah:

1. Apakah ada pengaruh signifikan antara OS yang digunakan saat ini dengan minat untuk mengganti OS?
2. Apakah ada perbedaan preferensi merek *smartphone* kaitannya dengan OS android?
3. Apakah ada hubungan antara fitur *smartphone* dan pemilihan terhadap merek *smartphone* berbasis OS android?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Menganalisis pengaruh OS yang digunakan saat ini dengan minat untuk mengganti OS.
2. Menganalisis perbedaan preferensi merek *smartphone* kaitannya dengan OS android.
3. Menganalisis hubungan antara fitur *smartphone* dan pemilihan terhadap merek *smartphone* berbasis OS android.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Praktis

Sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan-perusahaan yang memproduksi *smartphone* baik dalam bentuk *handphone* maupun *tablet*, dalam memakai atau menggunakan OS tertentu untuk produk yang akan dikeluarkan agar lebih diminati konsumen dan menambah informasi bagi perusahaan itu sendiri.

1.4.2. Manfaat Akademis

Penelitian ini bertujuan untuk menambah pengetahuan teoritis dan memperluas wawasan untuk mempelajari secara langsung dan menganalisis pengaruh OS yang digunakan saat ini dengan minat untuk mengganti OS, menganalisis perbedaan preferensi merek *smartphone* kaitannya dengan OS

android, dan menganalisis hubungan antara fitur *smartphone* dan pemilihan terhadap merek *smartphone* berbasis OS android. Selain itu dapat dijadikan informasi tambahan bagi pembaca untuk menambah referensi bagi penelitiannya baik yang akan maupun yang sedang melakukan penelitian tersebut.

1.5. Sistematika Penulisan

Pada bagian ini disajikan rencana sistematika penulisan dari skripsi ini

Bab I Pendahuluan

Bab I mencakup latar belakang masalah yang akan diteliti, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka dan Hipotesis

Bab ini berisi tentang teori-teori yang digunakan dalam melakukan penelitian terutama yang berhubungan dengan merek, minat beli konsumen, *operating system* (OS), dan fitur-fitur, serta pengembangan hipotesis.

Bab III Metodologi Penelitian

Bab III dalam penelitian ini berisikan tentang metodologi penelitian, mulai dari lingkup penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik pengujian data yang digunakan dalam penelitian ini.

Bab IV Pembahasan

Bab IV ini berisikan tentang pengolahan data-data yang dilakukan berdasarkan data yang diperoleh dari hasil kuisioner yang diberikan kepada responden.

Bab V Penutup

Bab ini berisikan kesimpulan dari hasil penelitian, yang dapat berguna bagi pihak yang berkepentingan, dan saran bagi penelitian selanjutnya.

