

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Observasi

1.1.1 Sejarah dan Gambaran Umum Android

Merupakan OS *mobile* berbasis Linux yang mulai dikembangkan setelah Google menginvestasi sejumlah uang kepada Android, Inc. dan membelinya secara keseluruhan pada tahun 2005. Berbeda dari sistem operasi lain, Android dapat digunakan oleh beragam macam merek ponsel ternama antara lain: Samsung, Oppo *Smartphone*, HTC, ZTE, Sony Xperia, Mitto, Advan, LG, Lenovo, etc.

Android adalah sistem operasi untuk telepon seluler yang berbasis Linux. Android menyediakan program terbuka bagi para pengembang untuk menciptakan aplikasi mereka sendiri untuk digunakan oleh bermacam perangkat bergerak. Pada Juli 2005, Google berkerjasama dengan Android Inc. perusahaan yang berada di Palo Alto, California Amerika Serikat. Para pendiri Android Inc. saat itu banyak yang menganggap fungsi Android Inc. hanyalah sebagai perangkat lunak pada telepon seluler saja. Sejak saat itu berbagai isu yang muncul bahwa Google hendak memasuki pasar telpon seluler/ perangkat *mobile* os Android.

Sekitar September 2007 sebuah studi menyatakan bahwa Google mengajukan hak paten aplikasi telepon seluler pada akhirnya, salah satu jenis telepon pintar GSM yang menggunakan Android pada sistem operasinya. Pada Desember 2008, diumumkan anggota baru yang bergabung dalam program kerja Android ARM Holdings, Atheros Communication, diproduksi oleh Asustek *Computer* Inc, Garmin Ltd, Softbank, Sony Ericsson, Toshiba Corp dan Vodafone Group Plc. Seiring pembentukan OHA mengumumkan produk perdana mereka yaitu Android *mobile* yang merupakan modifikasi oleh sistem Kernel Linux 2.6. sejak Android diliris telah dilakukan berbagai pembaruan berupa perbaikan dan penambahan fitur baru. Android secara bertahap telah melakukan sejumlah pembaruan untuk meningkatkan kinerja sistem operasi, menambahkan fitur baru, dan memperbaiki pada versi sebelumnya. Setiap versi utama yang dirilis dinamakan berdasarkan nama-nama makanan pencuci mulut atau cemilan yang bermula misalnya: 1.6 *Donut*. Versi terbarunya adalah 4.4 *KitKat*. Pada tahun 2010, Google meliris seri Nexus yaitu perangkat telepon pintar dan tablet dengan sistem operasi Android yang diproduksi oleh mitra produsen telepon seluler seperti HTC, LG, dan Samsung. HTC berkerjasama dengan

Google dalam meliris produk telepon pintar Nexus pertama, yakni Nexus One. Seri ini telah diperbarui dengan perangkat yang lebih baru, misalnya telepon pintar Nexus 4 dan tablet Nexus 10 yang diproduksi oleh LG dan Samsung.

Pada saat ini terdapat dua jenis distributor sistem operasi Android. Pertama yang mendapat dukungan penuh dari Google atau Google Mail Service (GSM) dan kedua adalah yang benar-benar bebas distribusi tanpa dukungan langsung Google atau dikenal sebagai Open Handset Distributoin (OHD).

Pada bulan Oktober 2012, ada sekitar 700.000 aplikasi yang tersedia untuk Android dan sekitar 25 juta aplikasi telah di unduh dari Google Play, toko aplikasi utama Android. Sebuah survei pada bulan April sampai dengan Mei 2013 mengemukakan bahwa Android adalah program paling populer bagi para pengembang dan digunakan oleh 71% pengembang aplikasi seluler ([www. Android.Inc](http://www.Android.Inc)).

1.1.2 Gambaran Umum dan Sejarah *Blackberry*

Blackberry merupakan salah satu merek yang pernah melesat penjualannya di Indonesia pada tahun 2005 sampai dengan 2008. Keunikan *Blackberry* terletak pada sebuah fitur pesan instan dengan istilah *Blackberry Messenger* atau dikenal dengan BBM.

Research In Motion (RIM) merupakan perangkat lunak seluler atau merupakan salah satu aplikasi yang terdapat pada *handphone Blackberry*. *Blackberry* secara umum memiliki sistem operasi yang biasanya disebut Sistem Operasi *Blackberry* (OS *Blackberry*), misalnya mulai dari versi 5 hingga versi 10 yang paling baru yang di andalkan oleh vendor *Blackberry*.

Blackberry ditemukan oleh seorang pendiri *Research In Motion* (RIM), Mike Lazaridis seorang imigran Yunani di kota Waterloo, Kanda. Sejak peluncurannya pada tahun 1999, *Blackberry* telah menarik lebih dari 8 juta pelanggan di dunia. Fasilitas yang menjadi andalan *Blackberry* adalah pesan instan misalnya: Yahoo Mesenger, Google Talk dan Skype kini menjadi rekanan dengan *Blackberry*. Di Indonesia sendiri, *Blackberry* diperkenalkan pertama kali pada pertengahan bulan Desember 2004 oleh operator Indosat dan perusahaan Starhub (www.Blackberry.id.com).

1.1.3 Perbedaan Android dan *Blackberry* (RIM)

A. Fitur Android versi kitkat

Pada sistem Android versi KitKat ini mempunyai proteksi yang cukup bagus dan setingkat dengan proteksi versi *Jellybean*. Sistem Android dengan versi KitKat tersebut telah di minimalisir dengan cukup baik, sehingga sistem saringan yang cukup kuat dapat menghalang virus yang masuk ke perangkat ponsel Android pada saat menginstall atau mendownload aplikasi atau game. Selain kelebihan di atas ada beberapa keunggulan yang diberikan oleh Android versi KitKat sebagai berikut :

- 1) Adanya display layar yang lebih baik, karena telah mendukung resolusi yang berkualitas yakni 4 K yang kini mulai populer.
- 2) Kelebihan selanjutnya adalah adanya improvisasi dari ketahanan baterai, sehingga dalam Android versi KitKat in *Smartphone* bisa digunakan dengan lebih lama dari pada versi sebelumnya.
- 3) Kelebihan dari Android versi KitKat selanjutnya adalah terdapat pada prosesor tri core dengan memiliki bentuk unik seperti coklat KitKat.
- 4) Adanya sinkronisasi dari SMS antar perangkat. Hal ini menjadi sebuah solusi bagi para pengguna yang memiliki kegemaran mengganti SIM (kartu perdana). Sehingga dengan adanya fitur ini maka membuat pengguna bisa menyimpan SMS di *SIM card* manapun.
- 5) Keunggulan Android KitKat terletak dari kemampuannya yang bisa menggunakan banyak aplikasi yang diinginkan oleh pengguna *Smartphone*.
- 6) Keunggulan Android versi Kitkat lainnya adalah sistem operasi yang bisa mengetahui nomor kontak yang sering dihubungi oleh pengguna. Serta pengguna juga bisa mencari lokasi terdekat orang di dalam aplikasi Google Apps.
- 7) Keunggulan selanjutnya adalah adanya fitur Google now, yaitu fitur yang diberikan kepada pengguna untuk bisa menonton televisi di perangkat ponselnya.

Sumber : www.detik.com

B. Fitur *Blackberry* versi 10

Pada sistem aplikasi *Blackberry* versi 10 ini perusahaan *Blackberry* memperkenalkan aplikasi dan fitur baru yang dirancang berdasarkan tiga tampilan utama. Beberapa fitur dan aplikasi *Blackberry* versi 10 adalah sebagai berikut :

- 1) *Blackberry* Hub adalah sebuah aplikasi yang dapat mengumpulkan semua pesan dan notifikasi di satu lokasi sehingga pengguna dapat menerima dan menjawab *email*, pesan teks, jejaring sosial, BBM dan pesan Instan dengan satu kali geseran dari layar *handphone Blackberry*.
- 2) BBM Video dengan Screen Share adalah aplikasi percakapan video *Face to Face* dengan kontak BBM melalui jaringan HSPA+4G LTE dan Wi-Fi.
- 3) Kamera dan mode Time Shift adalah perangkat *Blackberry* yang memiliki kamera depan dan belakang untuk memotret dengan resolusi tinggi dan merekam video HD.
- 4) *Blackberry Story Maker* adalah aplikasi penggabungan foto, video dan musik ke dalam film HD yang dapat digunakan dan dibagikan oleh pengguna *Blackberry* versi 10 dengan orang lain secara cepat.
- 5) *Blackberry Remember* adalah aplikasi yang terdapat di *blackberry* versi 10 untuk membantu pengguna mengingat tugas dan memo serta dapat mengelompokkan foto, pesan, *email*, dan tautan terkait dimana saja pada perangkat *Blackberry* versi 10.

Sumber : www.detik.com

1.2 Latar Belakang Objek Observasi

Perkembangan teknologi yang semakin canggih berdampak pada semua aspek kehidupan termasuk komunikasi. Perkembangan teknologi komunikasi yang dapat dilihat secara nyata adalah perkembangan telepon seluler (ponsel).

Perkembangan informasi era digital kian bergeser menjadi kebutuhan primer bagi setiap orang. Hampir semua individu menginginkan pemberitaan terbaru mengenai dunia politik, ekonomi, sosial dan budaya. Kebutuhan akan memperbaharui informasi ini mendorong setiap orang untuk mempunyai *gadget* berteknologi tinggi yang mampu menyediakan fitur unggulan sebagai alat untuk memantau perkembangan bisnis, serta kabar-kabar penting lainnya dengan motif yang bervariasi (www.detik.com).

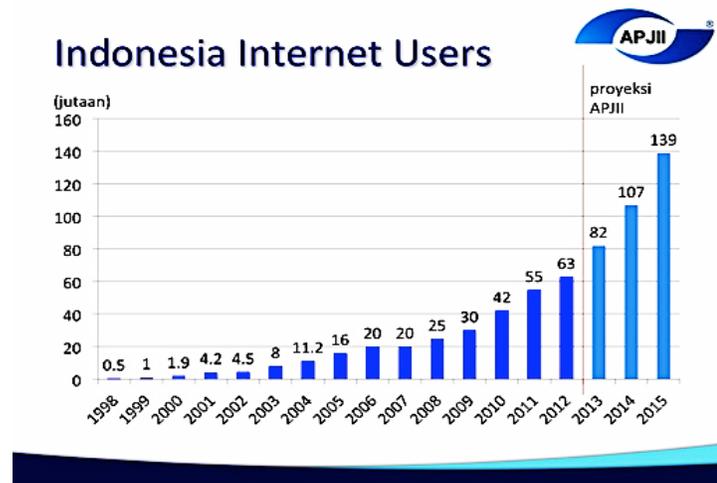
Dampak dari perkembangan teknologi dan informasi yang kian tajam pertumbuhannya mengakibatkan pergeseran gaya hidup dan pola asumsi masyarakat dari penggunaan produk-produk tradisional menjadi produk berteknologi tinggi. Motif konsumsi masyarakat terhadap telepon genggam yang dulu hanya sebagai fasilitator penyampai pesan singkat berformat teks

dan audio, kini menjadi fasilitas pendukung bisnis, fotografi dan presentasi. Variasi kebutuhan yang semakin meningkatkan tersebut menyebabkan penyerapan *smartphone* (www.swa.co.id).

Perkembangan teknologi yang berperan sebagai alat komunikasi modern salah satunya yaitu *internet*, dimana berperan sebagai sumber informasi yang jaringannya tersebar hingga ke seluruh dunia. *Internet* mempunyai peranan penting untuk setiap orang, karena dengan *internet* orang bisa berhubungan secara seketika dengan ribuan orang diseluruh dunia dan juga sebagai alternatif komunikasi masyarakat modern yang menyebabkan tuntutan mereka terhadap kebutuhan informasi selalu meningkat. Perkembangan teknologi komunikasi mempermudah arus pertukaran informasi para pelaku bisnis dan membuat mereka tidak lagi mempermasalahkan batas, jarak, ruang dan waktu (*www.Rompas, 2014*).

Gambar 1.1

Data pengguna *Internet* di Indonesia

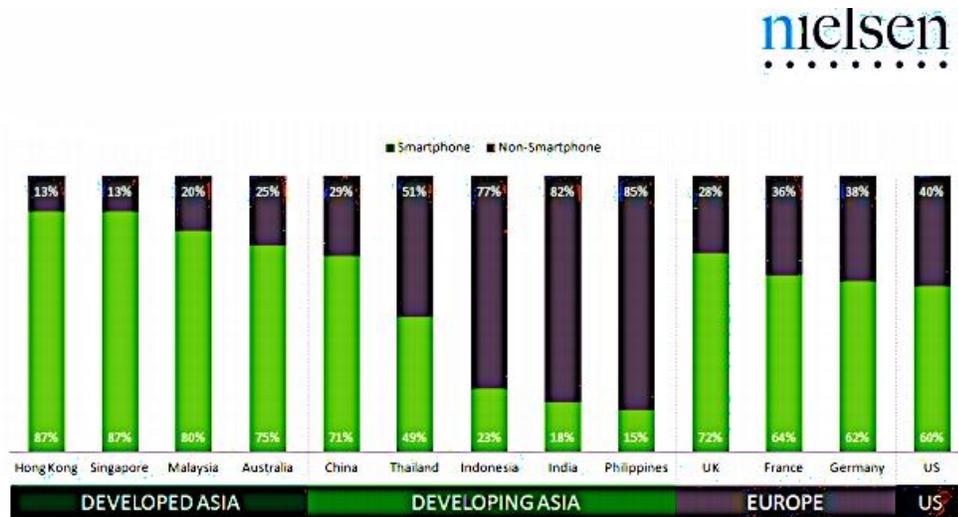


Sumber: APJII, 2012 (www.antarane.com)

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada Gambar 1.1 diatas, pengguna *internet* terus mengalami peningkatan setiap tahunnya, pertama kali fasilitas *internet* hanya bisa diakses melalui perangkat elektronik khusus seperti *personal computer* (PC) ataupun *notebook* (laptop), kini *internet* mulai bisa diakses dengan menggunakan perangkat yang lebih kecil dan *portable* yaitu *smartphone*.

Perusahaan Nielsen adalah salah satu perusahaan survei terbesar di dunia mengatakan bahwa, “*Consumers use their smartphone more than they say they do*” yang artinya bahwa konsumen menggunakan banyak waktunya untuk menggunakan *smartphone*.

Gambar 1.2
Penetrasi *Smartphone*



Sumber: www.nielsen-online.com, 2013

Penetrasi *smartphone* di Asia Pasifik, Hong Kong dan Singapura ada pada titik tertinggi yaitu 87 %, diikuti oleh Malaysia (80%), Australia (75%) dan China (71%). Penetrasi *smartphone* Thailand adalah pada 49% diikuti oleh Indonesia (23%), India (18%) dan Filipina (15%).

Berdasarkan hasil riset yang dilakukan oleh salah satu perusahaan survei terbesar di dunia yaitu Ericsson Lab pada tahun 2011 hingga awal 2012 kepada 6.600 responden di seluruh Indonesia, pertumbuhan pengguna *Smartphone* di perkotaan khususnya Bandung naik 8% pada 2011 menjadi 22% di 2012. Yang sangat menjadi sorotan ada pada angka di pedesaan yang menggunakan *smartphone* naik dari 5% pada tahun 2011 menjadi 21% pada tahun 2012 (www.Swa.ac.id).

Pada eranya terdahulu pertumbuhan *BlackBerry* dari tahun ke tahun selalu meningkat. Pada tahun 2005 pertumbuhannya 25%. Tahun 2006 naik 50%. Tahun 2007 tumbuh 100%, dan pada tahun 2008 berkembang menjadi 250%. Hal ini dikutip oleh *Research in Motion* (RIM)

selaku penyedia teknologi *BlackBerry* (www.beritadewa.com).

Pengguna *Blackberry* awalnya hanya 543 ribu secara global per 1 Maret 2003, kemudian tumbuh menjadi 4,9 juta per 4 Maret 2006. Pertumbuhan tertinggi pengguna *Blackberry* terjadi pada tahun 2010 sampai dengan 2011, yakni tumbuh sebesar 41 juta pengguna, dari 21 juta per 27 Februari 2010 dan menjadi 70 juta per 27 Agustus 2011. Seiring perkembangannya *Blackberry* pun mendapatkan persaingan yang semakin ketat. Karena timbulnya Android di pasaran pada tahun 2011 (www.techno.okezone.com).

Berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh perusahaan survey Indonesia yaitu IDC pada tahun 2013 *Blackberry* tidak masuk dalam 5 vendor dengan tingkat penjualan *smartphone* tertinggi. Oleh karena itu Samsung mendominasi dengan 30,4% pangsa pasar disusul *Apple* dengan 13,1% serta LG di urutan ketiga dengan 5,1% dan Lenovo 4,7% serta ZTE 4,2% (www.techno.okezone.com).

Tabel 1.1

Lima vendor dengan tingkat penjualan *smartphone*

Vendor	2Q13 Unit Shipments	2Q13 Market Share
Samsung	72.4	30.4%
Apple	31.2	13.1%
LG	12.1	5.1%
Lenovo	11.3	4.7%
ZTE	10.1	4.2%
Others	100.8	42.4%
Total	237.9	100.0%

Sumber : Data Top 5 *Smartphone* Dunia (www.techno.okezone.com)

Dalam waktu yang cukup singkat pangsa *Blackberry* dari pasar *smartphone* global mengalami penurunan dari 19,5% menjadi kurang dari 1 % pada tahun 2013. Sehingga pangsa pasar *Blackberry* pada tahun 2014 semakin menurun dari pada tahun sebelumnya(

www.techno.okezone.com).

Semakin lemahnya *Blackberry* akibat munculnya Android yang angka pertumbuhannya terus semakin meningkat lebih dari dua kali lipat di pasar ponsel pintar tahun 2011. Android telah menguasai 25% dari pasar ponsel pintar global, dengan lebih dari 20 juta pengiriman perangkat berbasis Android ke seluruh dunia. Angka pertumbuhan Android sangat melesat jauh, hal ini yang mengarahkan persepsi pasar mengenai program tersebut. Kebutuhan berbeda dengan para pesaingnya telah membuat pengembangan Android meningkat jauh dari *Blackberry*. Sistem operasi Android semakin gemilang di dunia *International*, khususnya Indonesia. Bahkan kesuksesan Android tersebut semakin mengancam posisi *Blackberry* (www.techno.okezone.com).

Tabel 1.2
Data Penjualan *Smartphone* kuartal Satu

Mobile Operating System	1Q12 Unit Shipments	1Q12 Market Share	1Q11 Unit Shipments	1Q11 Market Share
Android	89.9	59.0%	36.7	36.1%
iOS	35.1	23.0%	18.6	18.3%
Symbian	10.4	6.8%	26.4	26.0%
BlackBerry OS	9.7	6.4%	13.8	13.6%
Linux	3.5	2.3%	3.2	3.1%
Windows Phone 7/Windows Mobile	3.3	2.2%	2.6	2.6%
Other	0.4	0.3%	0.3	0.3%
Total	152.3	100.0%	101.6	100.0%

Sumber : IDC, 2012 (www.gadget.com).

Angka pertumbuhan ponsel *smartphone* pada kuartal pertama periode 2011 sampai dengan 2012 dapat dilihat pada tabel 1.2 yang menduduki peringkat teratas adalah Android dengan persentase penjualan sebesar 36,1% dan pada tahun 2012 persentase penjualan sebesar 59,0%. Selanjutnya pada peringkat keempat adalah *Blackberry* OS dengan penjualan sebesar 13,6% pada tahun 2011 dan 6,4% pada tahun 2012.

Tabel 1.3

Data Penjualan *Smartphone* kuartal ke dua

Penjualan Mobile Device dari Sistem Operasi (OS) Kuartal II 2012				
Dalam ribu unit				
	Q2 2012		Q2 2011	
	Units	Market Share	Units	Market Share
Android	98.529,3	64,1%	46.775,9	43,4%
iOS	28.935	18,8%	19.628,8	18,2%
Symbian	9.071,5	5,9%	23.853,2	22,1%
RIM	7.991,2	5,2%	12.652,3	11,7%
Bada	4.208,8	2,7%	2.055,8	1,9%
Microsoft	4.087	2,7%	1.723,8	1,6%
Others	863,3	0,6%	1.050,6	1,0%
Total	153.686,1	100%	107.740,4	100%

Sumber: www.indowebstar.com

Angka pertumbuhan *smartphone* pada periode 2011 sampai dengan 2012 dapat dilihat yang menduduki peringkat pertama adalah Android dengan persentase penjualan sebesar 43,4% pada tahun 2011 dan penjualan sebesar 64,1% pada tahun 2012. Pada peringkat keempat *Blackberry* (RIM) memiliki persentase penjualan sebesar 11,7% pada tahun 2011 dan pada tahun 2012 memiliki persentase sebesar 5,2%.

Kesuksesan Android menggeser pangsa pasar *Blackberry* tersebut tidak terlepas dari persepsi kualitas (*perceived quality*) konsumen terhadap Android cukup berpengaruh dimana kebutuhan akan *gadget* yang canggih mulai di gemari para konsumen sehingga dapat memudahkan konsumen dalam berkomunikasi. *Perceived Quality* yang dimiliki Android sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan memberikan keuntungan yang cukup besar dengan penjualan Android yang dapat mengungguli *smartphone* lainnya (Tabel 1.3) hal tersebut sejalan dengan apa yang dikemukakan oleh Tjiptono (2011:97), bahwa “Persepsi konsumen terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa layanan yang sama dengan maksud yang diharapkan secara keseluruhan”. Dengan adanya persepsi kualitas yang diberikan oleh produsen, konsumen dapat melakukan keputusan pembelian pada suatu produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen tersebut. Dimana keputusan pembelian konsumen diartikan sebagai tindakan dari konsumen untuk membeli atau tidak terhadap produk (Kotler & Keller, 2009: 184)

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik mengambil produk Android untuk dianalisis, dengan maksud mencoba menelaah, menganalisa data mencari korelasi (hubungan) antara persepsi kualitas yang dilakukan oleh Android terhadap keputusan pembelian konsumen dengan judul “PENGARUH *PERCEIVED QUALITY* PENGGUNA OS RIM BERALIH

MENGGUNAKAN OS ANDROID TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN⁷

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan permasalahannya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Pengaruh Persepsi Kualitas terhadap OS Android ?
2. Bagaimana Keputusan Pembelian terhadap *Smartphone* Android ?
3. Bagaimana Pengaruh *Perceived Quality* OS Android terhadap Keputusan Pembelian?

1.4 Tujuan Observasi

Tujuan observasi yang dilakukan penulis dalam penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui persepsi kualitas (*perceived quality*) dapat mempengaruhi keputusan pembelian.
2. Mengetahui pengaruh *perceived quality* produk Android terhadap keputusan pembelian.
3. Mengetahui keputusan pembelian konsumen dalam membeli produk yang menggunakan OS Android.

1.5 Kegunaan Observasi

a. Bagi penulis

Untuk mengaplikasikan teori-teori yang telah di dapat selama perkuliahan di Institut Manajemen Telkom, menambah wawasan mengenai *perceived quality* khususnya *handphone Android*, serta penyusunan Laporan Tugas Akhir yang merupakan wujud nyata kontribusi penulis sebagai mahasiswa program studi Manajemen Pemasaran di Institut Manajemen Telkom.

b. Bagi perusahaan

Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi perusahaan *Android* dalam pengemasan dimensi *perceived quality*, sebagai upaya untuk meningkatkan penjualan pada perusahaan *Android*.

c. Bagi pihak lain

Hasil penelitian diharapkan memberikan pengetahuan mengenai studi dasar perbandingan referensi bagi penelitian lain dibidang sejenisnya, bahwa *perceived quality* merupakan bagian yang penting untuk kepuasan pelanggan.

1.6 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir

Untuk mempermudah dalam penyusunan laporan tugas akhir, penulis membuat kerangka sistematika penulisannya menjadi 3 (tiga) bab sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Di dalam bab ini diuraikan mengenai gambaran umum, latar belakang, perumusan masalah, tujuan observasi, kegunaan observasi dan sistematika penulisan laporan tugas akhir.

BAB II RELEVANSI TEORI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis menjelaskan mengenai teori yang berhubungan dengan observasi yang dilakukan antara lain adalah *Perceived Quality*, yang terdapat pada *Brand Equity*, hingga dapat menciptakan keputusan pembelian. Selanjutnya menguraikan operasional dari variabel-variabel yang digunakan didalam penelitian, populasi, dan sampel metode pengumpulan data, teknik analisis data. Setelah itu pembahasan secara sistematis dari penelitian yang telah dilakukan dan dianalisis dengan teknik analisi data yang telah ditetapkan.

BAB III KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab terakhir dipaparkan dari hasil observasi yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, serta saran-saran yang ingin disampaikan penulis terhadap perusahaan yang dijadikan objek observasi, yaitu perusahaan *Android*.