

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Tinjauan Terhadap Objek Studi

1.1.1 Sejarah dan Perkembangan Lumia

Perkembangan zaman selalu memunculkan hal-hal inovasi bagi manusia, salah satu hal tersebut yaitu ponsel genggam. Nokia merupakan produsen peralatan telekomunikasi terbesar di dunia yang berdiri dari tahun 1865 serta merupakan perusahaan terbesar di Finlandia. Kantor pusatnya berada di kota Espoo, Finlandia, dan perusahaan ini paling dikenal lewat produk-produk telepon genggamnya. Nokia memproduksi telepon genggam untuk seluruh pasar dan protokol utama, termasuk GSM, CDMA, dan W-CDMA. Banyak produk-produk Nokia yang menggemparkan pasar ponsel dari awal tahun 90an sampai tahun 2008. Tetapi dipertengahan tahun 2008 setelah masuk model ponsel yang disebut ponsel pintar (*smartphone*) mulai mengancam dominasi Nokia di dunia ponsel. Setelah terpuruknya Nokia untuk bersaing dengan para produsen ponsel pintar, akhirnya Nokia ikut bersaing dalam bentuk ponsel pintar dengan kemitraan bersama Microsoft dan sekaligus tahap awal akuisisi divisi *mobile* Nokia oleh Microsoft dipertengahan tahun 2011. Microsoft Corporation adalah sebuah perusahaan komputer multinasional Amerika Serikat yang berkantor pusat di Redmond, Washington, Amerika Serikat yang mengembangkan, membuat, memberi lisensi, dan mendukung beragam produk dan jasa terkait dengan komputer. Perusahaan ini didirikan oleh Bill Gates dan Paul Allen pada tanggal 4 April 1975. Microsoft merupakan pembuat perangkat lunak terbesar di dunia.

Akhirnya Nokia dan Microsoft mengeluarkan seri ponsel pintar mereka, mengeluarkan produk Nokia Lumia. Nokia Lumia adalah salah satu seri ponsel pintar dan komputer tablet buatan Nokia dan Microsoft yang pertama kali diperkenalkan pada November 2011, yang semuanya menjalankan sistem operasi *Windows*. Nokia beralih dari platform *Symbian* dan memilih *Windows* sebagai sistem operasi utama ponsel pintar mereka. Kemitraan

dengan Microsoft telah dikukuhkan pada 11 Februari 2011. *Symbian* yang selama bertahun-tahun menjadi sistem operasi ponsel paling terkemuka, turun di bawah *Android* pada Q4 2010, ketika banyak produsen menggunakan sistem operasi *Android*.

Seri Nokia Lumia pertama kali diperkenalkan ke pasar pada November 2011 dengan merilis dua ponsel. Nokia Lumia 800 menargetkan pangsa pasar ponsel pintar kelas atas, sedangkan Nokia Lumia 710 dimaksudkan untuk kelas menengah dengan menawarkan harga yang lebih rendah. Seri ini terdiri dari ponsel-ponsel Nokia dengan sistem operasi *Windows*. Setiap ponsel memiliki warna dan spesifikasi yang berbeda. Pada bulan Februari 2011, CEO Nokia Stephen Elop dan CEO Microsoft Steve Ballmer bersama-sama mengumumkan kemitraan bisnis utama antara Nokia dan Microsoft sekaligus bentuk tahap akuisisi perusahaan Nokia oleh Microsoft, yang kedepannya Nokia mengadopsi *Windows* sebagai sistem operasi utama di *smartphone*, menggantikan *Symbian* dan *MeeGo*. Kesepakatan itu juga termasuk integrasi Bing sebagai mesin pencari pada perangkat Nokia, dan integrasi Nokia *Maps* ke layanan pemetaan Microsoft sendiri. Seiring berjalannya waktu proses akuisisi Microsoft terhadap Nokia pun sampai pada tahap akhir.

Setelah selesainya tahap akuisisi, merek ponsel pintar Nokia Lumia berganti menjadi Lumia resmi di akhir tahun 2014. Walaupun di keluaran produk sebelumnya bermerek Nokia Lumia, tapi langkah Microsoft untuk melakukan *branding* Lumia telah dilancarkan melalui pergantian nama *website*, produk, dan pusat pelayanan ponsel. Microsoft mulai mengeluarkan produk keluaran Lumia yaitu salah satunya Lumia 535 merupakan keluaran pertama dari merek Lumia.

1.1.2 Visi Misi Perusahaan

Adapun beberapa visi dan misi dari perusahaan Microsoft Lumia :

1. Visi

Adalah untuk menciptakan teknologi inovatif yang dapat diakses oleh semua orang dan yang menyesuaikan dengan kebutuhan masing-masing orang

2. Misi

Untuk memungkinkan orang dan bisnis di seluruh dunia untuk menyadari potensi penuh mereka. Kami menganggap pernyataan misi kami komitmen kepada pelanggan kami. Kami memberikan komitmen bahwa dengan berusaha untuk menciptakan teknologi yang dapat diakses oleh semua orang dari segala usia dan kemampuan. Microsoft adalah salah satu pemimpin industri dalam inovasi aksesibilitas dan dalam membangun produk yang lebih aman dan lebih mudah digunakan.

1.1.3 Logo Perusahaan

Pada Februari 2011 ponsel pintar ini masih dengan bentuk merek Nokia Lumia sebelum terjadinya selesai tahap akuisisi Microsoft, berikut logo tersebut :



Gambar 1.1

Logo Nokia Lumia

Sumber : <http://www.3g.co.uk>

Setelah selesainya tahap akuisisi pada Desember 2014, resmi Microsoft mengumumkan untuk mengganti merek bagi keluaran ponsel pintar menjadi Lumia, berikut logo tersebut :



Gambar 1.2

Logo Lumia

Sumber : www.windowscentral.com

1.1.4 Produk Microsoft Lumia

Adapun beberapa produk Lumia sebagai berikut :

1. Lumia *smartphone* :
 - a. Nokia Lumia 800, keluaran Oktober 2011



Gambar 1.3

Nokia Lumia 800

Sumber : <http://www.microsoft.com/id-id/mobile/smartphones>

- b. Nokia Lumia 925, keluaran Mei 2013



Gambar 1.4

Nokia Lumia 925

Sumber : <http://www.microsoft.com/id-id/mobile/smartphones>

- c. Nokia Lumia 1020, keluaran Juli 2013



Gambar 1.5

Nokia Lumia 1020

Sumber : <http://www.microsoft.com/id-id/mobile/smartphones>

- d. Nokia Lumia 2520 (tablet) keluaran Oktober 2013



Gambar 1.6

Nokia Lumia 2520 (tablet)

Sumber : <http://www.microsoft.com/id-id/mobile/smartphones>

- e. Lumia 535 keluaran November 2014



Gambar 1.7

Lumia 535

Sumber : <http://www.microsoft.com/id-id/mobile/smartphones>

1.2 Latar Belakang Masalah

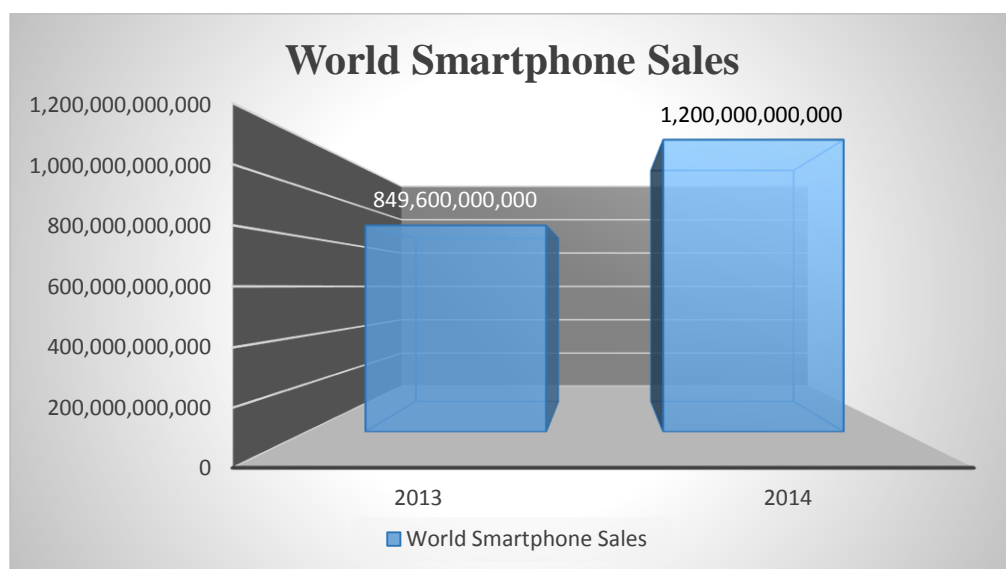
Berkembangnya dunia teknologi di era globalisasi ini memacu inovasi berkomunikasi dan semakin meningkatnya persaingan di bisnis telekomunikasi dan perangkat komunikasi. Kuatnya persaingan membuat perusahaan mengeluarkan strateginya untuk meningkatkan laba perusahaan dan mempertahankan laba. Selain dari manfaat dan kegunaan produk itu sendiri citra merek adalah salah satu komponen penting dalam mendongkrak peningkatan laba dan naiknya popularitas produk, maka salah satu cara peningkatan dari suatu bisnis melalui merek. Ponsel pintar atau yang disebut *smartphone* di zaman kini sudah menjadi dominasi dari

bentuk ponsel yang dahulu dikuasai oleh bentuk-bentuk ponsel *Symbian* seperti Nokia, Sony Ericsson, LG, dan lain-lain. *Smartphone* merupakan inovasi lama yang telah ada sejak dahulu akan tetapi memiliki keterbatasan fitur. Tidaklah secanggih sekarang *smartphone* dahulu yang biasa disebut *Personal Data Assistant* (PDA) memiliki keterbatasan fitur yang hanya mencakup *email*, *browser*, sms, telepon, menulis agenda, dan pengaturan file. Dahulu PDA hanya digunakan kalangan pengusaha yang dapat menaikkan gengsi dan wibawa tetapi sekarang tidak lagi. Seiring mulai berkembangnya dunia teknologi maka inovasi juga mulai bermunculan dengan hadirnya sebuah *operating system* (OS) terbaru, *Android* dan *iOS* menjadi kemunculan yang mengubah bentuk industri teknologi dibidang ponsel. Menggeser dominasi pasar ponsel dari ponsel-ponsel *Symbian* menjadikan sebuah era baru dalam bentuk ponsel yang sekarang biasa disebut *smartphone* atau ponsel pintar.

Awal tahun 2011 menjadi awal langkah akuisisi Microsoft terhadap Nokia, masalah dan pangsa pasar yang terus menurun membuat rugi pihak Nokia sehingga mengambil langkah untuk menjual perusahaan ke Microsoft. Tahun 2011 menjadi awal keluarnya ponsel dengan berbasiskan sistem operasi *Windows*, Nokia Lumia 800 dan Nokia Lumia 710 menjadi ponsel pertama di dunia, Nokia dan Microsoft yang hadir dengan sistem operasi *Windows*. Munculnya berbagai jenis *smartphone* semakin memacunya perkembangan teknologi. Potensi perkembangan *smartphone* dinegara berkembang seperti Indonesia ini cukup menjanjikan. Sebuah berita mengungkapkan Negara berkembang akan melampaui Negara maju dalam hal pertumbuhan *smartphone* dan pertumbuhan teknologi secara *value* pada 2015. Proyeksi dari GFK *Target Setter* menunjukkan, penjualan *smartphone* secara global akan kian tumbuh di 2015. Pertumbuhan ini akan menggerakkan pasar di negara berkembang yang dipimpin oleh India, China dan Indonesia. Negara maju seperti Amerika Serikat, Jepang, dan Inggris yang tahun 2014 lalu memimpin dalam pertumbuhan pasar *smartphone*, posisinya akan tergeser oleh negara-negara berkembang tersebut. Kevin Walsh, direktur *forecasting* di GFK mengatakan, ada tujuh negara baru yang masuk dalam posisi 10 negara dengan pertumbuhan *smartphone* terbesar. Bila China menduduki peringkat pertama di 2014, maka di

2015 posisinya tergeser dengan India. Sementara Amerika Serikat yang berada di posisi kedua pada 2014, lenyap pada 2015 yang direbut oleh China. Indonesia berada di urutan ketiga untuk pertumbuhan pasar *smartphone* terbesar di 2015. Indonesia memimpin di posisi ketiga mengalahkan beberapa negara seperti Afrika Selatan, Brazil, Pakistan, Nigeria, Mesir, Vietnam dan Bangladesh. Walsh mengatakan “Alasan untuk dominasi pertumbuhan *smartphone* di pasar negara berkembang tahun 2015 ialah harga yang mencapai titik manis dari USD30 sampai USD50” (*sumber* : <http://techno.okezone.com>)

Adanya potensi perkembangan *smartphone* pada saat sekarang dan masa yang akan datang dipengaruhi secara langsung oleh para konsumen, peningkatan penjualan *smartphone* dari tahun ke tahun menunjukkan adanya peluang untuk berkembang terus-menerus. Dikutip dari berita hasil lembaga riset TrendForce, hasil menjelaskan bahwa triwulan ketiga tahun 2014 ada sekitar 322 juta unit *smartphone* didunia. Angka ini naik 13,1 persen dibandingkan sebelumnya, hingga akhir tahun 2014 menurut TrendForce setidaknya ada 1,2 miliar unit *smartphone* yang tersebar didunia, naik 29,2 persen dibandingkan tahun sebelumnya (*sumber* : <http://teknologi.news.viva.co.id/>).



Gambar 1.8

Penjualan Ponsel Pintar Dunia

Sumber : <http://teknologi.news.viva.co.id/>

Dari data diatas memang penjualan ponsel pintar meningkat dari tahun ke tahun. Tetapi ada hal yang berbeda ketika Lumia berkompetisi dengan para kompetitor lainnya yang berbasiskan sistem operasi berbeda dari Lumia. Lumia masih berusaha keras untuk bersaing dengan beberapa kompetitor lainnya seperti Samsung. Jika dilihat dari penjualan, *brand* Microsoft Lumia berada di urutan ketiga dapat dilihat berikut

Worldwide Mobile Phone Sales to End Users by Vendor in 1Q15 (Thousands of Units)				
Company	1Q15 Units	1Q15 Market Share (%)	1Q14 Units	1Q14 Market Share (%)
Samsung	97,986	21.3	110,046	24.5
Apple	60,177	13.1	43,062	9.6
Microsoft	33,002	7.2	49,689	11.1
LG Electronics	19,637	4.3	14,882	3.3
Lenovo*	19,280	4.2	17,292	3.9
Huawei	18,590	4.0	14,574	3.2
Xiaomi	14,740	3.2	9,634	2.1
TCL Communication	14,189	3.1	11,956	2.7
ZTE	12,600	2.7	13,845	3.1
Micromax	8,158	1.8	7,791	1.7
Others	161,901.9	35.2	156,195.0	34.8
Total	460,261.7	100.0	448,966.1	100.0

Source: Gartner (May 2015)

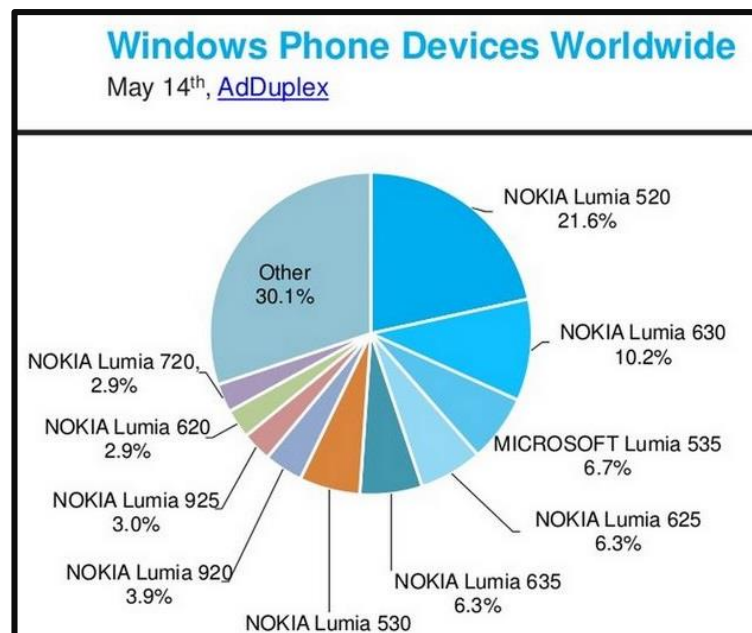
Gambar 1.9
Penjualan Ponsel Pintar Dunia

Sumber : <http://gartner.com>

Data yang bersumber dari lembaga riset Gartner tersebut menunjukkan data penjualan dari berbagai *brand* ponsel sekarang ini. Gabungan penjualan Lumia menunjukkan Microsoft Lumia berada di urutan ketiga yang melewati beberapa produsen ponsel dibawahnya seperti LG akan tetapi Samsung dan Apple tetap berada diatas. Data dari kuartal 1 tahun 2015 ini menunjukkan para pesaing seperti LG, Lenovo, dan lainnya mulai mengejar dan mengalami peningkatan penjualan dari tahun sebelumnya. Lumia sendiri walaupun berada diperingkat ketiga tetapi mengalami penurunan penjualan, yang tergolong merupakan *brand smartphone* perusahaan besar dengan OS yang canggih juga mulai melakukan inovasi dalam perkembangannya.

Akan tetapi hadirnya Lumia tentu membuahkan prestasi internasional bagi produsen tersebut Nokia Lumia yang telah mendapatkan penghargaan ditahun 2014. Yaitu Nokia Lumia 520 yang telah membantu *smartphone* Lumia berkembang didalam pangsa pasar *smartphone* murah. Mendapatkan penghargaan dari ajang bergengsi *Global Mobile Award* (GMA) sebagai *smartphone* murah terbaik. Dikutip dari hasil penilaian di GMA, Lumia mendapatkan penilaian sebagai berikut “Nokia Lumia 520 adalah salah satu yang paling terjangkau *Windows Phone* 8 *smartphone* Nokia, memberikan pengalaman biasanya hanya ditemukan di *smartphone high-end*. Sebuah *smartphone* yang tidak terganggu pada kualitas perintis bagi upaya murah Nokia. (sumber : <http://www.globalmobileawards.com>)

Suksesnya Nokia Lumia 520 dalam pasar *smartphone* murah membantu mengembangkan cangkupan pasar dan meningkatkan popularitas *brand* Lumia. Popularitas Lumia yang mulai berkembang menjadikan penguasa pangsa pasar bagian *Windows Phone*. Diantara kompetitor yang berbasiskan *Windows Phone*, Lumia menjadi penguasa pasar *Windows Phone* terkuat. Berdasarkan hasil statistik dari AdDuplex Mei 2015 berikut :



Gambar 1.10

Perangkat Windows Phone Dunia

Sumber : <http://windowscentral.com>

Dapat dilihat dari tabel statistik diatas merupakan hasil dari data pangsa pasar perangkat *smartphone* berbasis *Windows Phone*, dan menunjukkan bahwa perangkat Lumia yang paling menguasai diantara perangkat keluaran merek lain. Serta perangkat Nokia Lumia 520 yang paling banyak berkontribusi dan Nokia Lumia 920, Nokia Lumia 620. Untuk bagian lainnya diisi oleh merek lain seperti Samsung Ativ, Huawei, dan HTC yang keseluruhan berada di 30,1%. Berita ini tentu sangat memotivasi Lumia untuk mengembangkan produk dan berinovasi untuk bersaing didalam pasar *smartphone*.

Brand memang merupakan salah satu elemen yang berpengaruh dalam meningkatkan keputusan konsumen dan loyalitas konsumen. Menurut Machfoedz (2010 : 79) merek adalah nama, lambang, tanda, desain atau kombinasi dari semuanya untuk mengidentifikasi produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan dan untuk membedakan dari merek perusahaan lain. Merek merupakan suatu sarana untuk mengkomunikasikan produk dengan konsumen. Menurut Kotler & Keller (2012 : 10) citra merek menggambarkan ekstrinsik produk atau jasa, dimana citra merek termasuk usaha untuk memenuhi kebutuhan psikologis atau pelanggan sosial. Pada akhir tahun 2014 yaitu Desember secara resmi Microsoft tidak lagi memakai nama depan *brand* Nokia Lumia untuk bagian *smartphone* akan tetapi menggantinya dengan nama Lumia. Berita terkait perubahan nama Nokia dari *brand* Lumia menjadi kenyataan, lewat sebuah ringkasan percakapan singkat bersama *Senior Vice President of Marketing for Phones Microsoft*, Tuula Ryttilä dalam sebuah berita mengungkapkan dipastikan Nokia Lumia berubah menjadi Microsoft Lumia. Dalam berita tersebut, Microsoft, dengan Tuula Ryttilä, mengungkapkan bahwa dalam waktu ke depan pengguna di seluruh dunia segera dapat melihat perubahan ini di beberapa bagian seperti situs resmi termasuk situs lokal, kemasan, nama perangkat hingga di agen-agen *retailer*. Beberapa aplikasi dengan keterangan Nokia sudah diubah untuk memberikan citra Microsoft. (*sumber* : <http://www.trenologi.com>)

Banyaknya pesaing yang bermunculan dan menjadikan tantangan bagi perusahaan harus mampu bersaing dengan perusahaan lain secara ketat dan semakin banyaknya pilihan bagi konsumen. Inilah yang harus diperhatikan oleh Lumia yang

bersaing dengan ponsel keluaran *Android* ataupun *Iphone*. Menjaga dan mengembangkan citra merek untuk meningkatkan tingkat keputusan konsumen dalam membeli produk.

Maka dari latar belakang yang diuraikan diatas penulis tertarik meneliti untuk laporan tugas akhir dengan judul “Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Lumia 2015 (Studi Kasus Mahasiswa Di Universitas Telkom)”

1.3 Perumusan Masalah

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

1. Bagaimanakah karakteristik responden pengguna Lumia?
2. Bagaimanakah *brand image* Lumia di mata konsumen?
3. Bagaimanakah keputusan pembelian konsumen pada produk Lumia?
4. Seberapa besar pengaruh *brand image* terhadap pengambilan keputusan pembelian Lumia?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang dilakukan oleh penulis dalam kegiatan ini adalah untuk :

1. Untuk mengetahui karakteristik responden pengguna Lumia
2. Untuk mengetahui *brand image* di pandangan konsumen Lumia
3. Untuk mengetahui keputusan pembelian produk Lumia di mata konsumen
4. Untuk mengetahui pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian Lumia

1.5 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan yang diharapkan dari hasil penelitian ini bagi penulis, bagi pembaca, dan bagi perusahaan yang dijadikan objek penelitian.

1. Bagi penulis

Penelitian ini bermanfaat bagi penulis untuk mengimplementasikan ilmu-ilmu yang telah didapat selama bangku perkuliahan sebagai wujud untuk memenuhi syarat kelulusan dari Diploma III Manajemen Pemasaran di Universitas Telkom.

2. Bagi pembaca

Pembaca juga mungkin dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai bahan ataupun referensi bagi penulisan Laporan Tugas Akhir maupun pembahasan yang berhubungan dengan keputusan pembelian dan *brand image*.

3. Bagi perusahaan

Melalui hasil penelitian ini juga dapat dijadikan referensi bagi Microsoft Lumia, dalam peningkatan kualitas kinerja perusahaannya dalam usaha memuaskan para pelanggannya.

1.6 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir

Sistematika penulisan Laporan Tugas Akhir ini, yang terbagi kedalam lima bab adalah sebagai berikut:

1. Bab I pendahuluan

Menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang mengenai alasan dipilihnya objek penelitian, perumusan masalah yang menjadi pokok pembahasan, tujuan penelitian, serta kegunaan penelitian terkait bagi perusahaan dan penulis.

2. Bab II tinjauan pustaka

Bab ini mengemukakan dengan jelas, ringkas, dan padat tentang hasil kajian kepustakaan yang terkait dengan topik dan variabel penelitian untuk dijadikan dasar bagi penyusunan kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis.

3. Bab III Metode penelitian

Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian.

4. Bab IV hasil penelitian dan pembahasan

Bab ini menjelaskan hasil penelitian dan pembahasan dengan diuraikan secara kronologis dan sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian.

5. Bab V kesimpulan dan saran

Menjelaskan tentang kesimpulan dari hasil observasi yang telah dituangkan kedalam bab sebelumnya dan saran yang kepada perusahaan yang diharapkan berguna untuk kedepannya.