

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Pada subbab ini akan dijelaskan mengenai gambaran umum objek penelitian mulai dari profil perusahaan, sejarah perusahaan, logo perusahaan dan deskripsi produk dari Microsoft windows phone.

1.1.1 Profil Perusahaan

Microsoft Corporation (NASDAQ: MSFT) adalah sebuah perusahaan multinasional Amerika Serikat yang berkantor pusat di Redmond, Washington, Amerika Serikat. Microsoft 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 menurut pendapatannya. Microsoft juga merupakan salah satu perusahaan paling bernilai di dunia.

Microsoft juga memproduksi serangkaian perangkat lunak untuk dekstop dan server, dan aktif di sejumlah bidang seperti pencarian Internet (Bing), industri permainan video (konsol Xbox dan Xbox 360), pasar layanan digital (MSN), dan telepon genggam (Windows Phone OS).

Microsoft semakin terdiversifikasi dari pasar sistem operasi dan telah melakukan sejumlah akuisisi perusahaan. Februari 2011, Microsoft mengakuisisi divisi ponsel Nokia untuk memperkuat posisi di pasar *smartphone*. Pada bulan Mei 2011, Microsoft membeli Skype Technologies senilai \$8,5 miliar dan menjadi akuisisi termahal sepanjang sejarah Microsoft.

1.1.2 Logo Perusahaan

Pada tanggal 23 Agustus 2012, Microsoft meluncurkan logo perusahaan baru pada pembukaan Microsoft Store ke-23 di Boston. Penggantian logo ini menandakan pengalihan fokus perusahaan dari gaya klasik ke antarmuka modern serba kotak yang akan dipakai di platform Windows Phone, Xbox 360, dan Windows 8 dan Office Suites. Logo baru ini terdiri dari empat persegi dengan warna-warna logo Windows. Masing-masing warna mewakili sebuah produk besar Microsoft: biru untuk Windows dan Windows 8, hijau untuk Xbox, merah untuk Office, dan kuning masih belum diketahui.



Gambar 1.1
Logo Perusahaan *Microsoft Corporation*

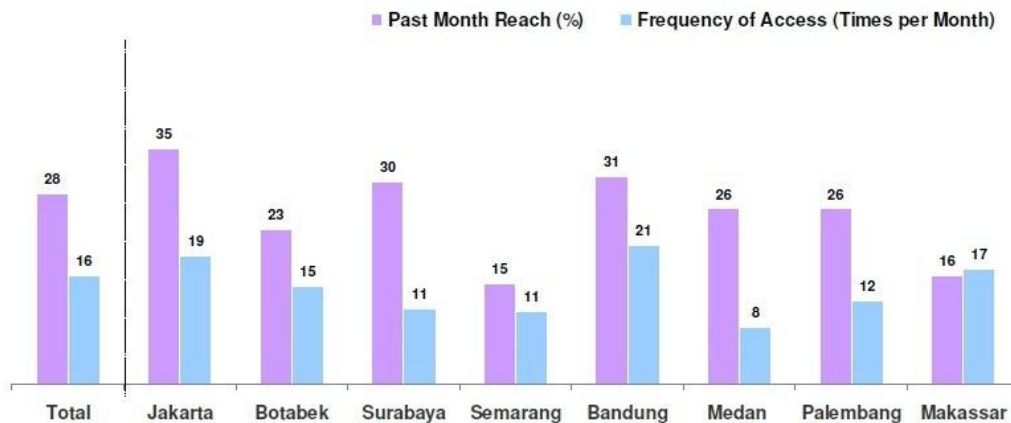
1.1.3 Windows Phone

Divisi *Entertainment and Devices* dari Microsoft memproduksi sistem operasi Windows CE dan Windows Phone untuk *Smartphone*. Microsoft awalnya memasuki pasar telepon genggam melalui Windows CE untuk peralatan genggam, yang kelak dikembangkan menjadi Windows Mobile OS dan sekarang menjadi Windows Phone. Divisi ini juga memproduksi produk output lain nya seperti konsol game Xbox.

Februari 2011, Microsoft mengakuisisi divisi ponsel Nokia untuk memperkuat posisi di pasar *smartphone*. Kemitraan strategis ini melihat *smartphone* Nokia mengadopsi sistem operasi baru yaitu Windows 8 yang platform tujuannya adalah untuk membangun ekosistem ketiga agar dapat bersaing dengan platform sistem operasi lain nya yaitu iOS dan Android. Hasil dari akuisisi Microsoft terhadap divisi ponsel Nokia adalah diluncurkannya *smartphone* Nokia yang pertama yang menggunakan sistem operasi Windows Phone yaitu Lumia.

1.2 Latar Belakang

Menurut Kristo (2013) dalam sebuah penelitian yang dikutip oleh detikNET dari Silicon India menyebutkan bahwa Negara Indonesia menempati posisi ke delapan sebagai pengguna internet terbanyak di dunia. Kota Bandung menjadi salah satu kota di Indonesia yang pertumbuhan pengguna internet nya mengalami kenaikan yang cukup signifikan. Menurut Ratih (2011) Kota Bandung mencatat pengguna internet mencapai 31 persen dari jumlah penduduk seperti yang digambarkan dalam gambar 1.2.

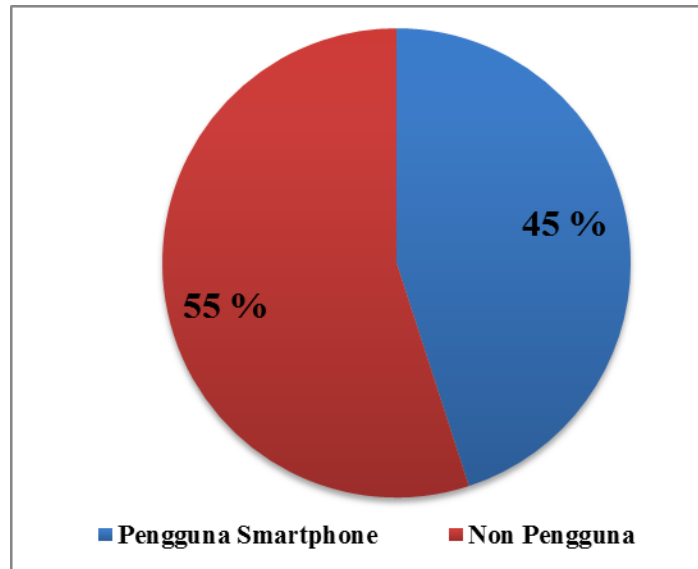


Gambar 1.2

Grafik Perbandingan Pengguna Internet Di Kota Besar Indonesia Tahun 2010

Sebanyak 40% di antara pengguna internet, mengakses internet lebih dari 3 jam sehari dengan menggunakan perangkat *mobile* seperti *smartphone* dan tablet. Untuk perangkat *smartphone*, awal tahun 2010 *smartphone* sangat cepat terkenal dan populer hingga kini terdapat sejumlah merek *smartphone* yang sedang dalam masa *Onfire* atau menanjak popularitasnya, seperti *Blackberry*, *iPhone*, *Samsung Smartphone*, dan *Windows Phone*. Masing-masing *Smartphone* tersebut memiliki atribut produk yang berbeda-beda. Mulai dari sistem operasi, fitur – fitur, garansi, kualitas hingga konten aplikasi yang terdapat didalam nya. Kotler dan Amstrong (2008) menyatakan bahwa atribut produk adalah pengembangan suatu produk atau jasa yang melibatkan penentuan manfaat yang akan diberikan.

Di pasar *smartphone* Indonesia menurut Deliusno (2013) dalam artikel Tekno Kompas berdasarkan data yang dilansir oleh *Gfk Asia*, seperti dikutip dari *The Nexxt Web* hari selasa tanggal 3-12-2013, konsumen di Indonesia telah membeli 14,8 juta *smartphone* pada tiga kuartal pertama tahun 2013 yang bernilai diperkirakan mencapai 3,33 miliar dollar AS, hal ini menunjukkan bahwa minat beli konsumen Indonesia terhadap *smartphone* sangat tinggi.



Gambar 1.3

Grafik Pengguna *Smartphone* di Indonesia

Sumber : Paragian (2013) dalam id.techinasia.com

Gambar 1.3 memperlihatkan bahwa sebanyak 45 persen pengguna handphone di Indonesia adalah pengguna *smartphone* dan sisanya sebanyak 55 persen bukan pengguna *smartphone*.

Secara global, para produsen *smartphone* masih terus berusaha untuk terus menguasai pasaran. Windows phone masih terus bersaing dengan *platform mobile* lainnya seperti iOS, BlackBerry ataupun Android, tabel 1.1 dibawah memaparkan tentang penjualan sistem operasi *smartphone* secara global dari tahun 2012 sampai dengan 2013.

Tabel 1.1

Jumlah Penjualan Smartphone Secara Global

No	Global <i>Smartphone</i> Operating System	Market Share		Unit (Juta Unit)	
		Q3 2012	Q3 2013	Q3 2012	Q3 2013
1	Android	75.0 %	81.3 %	129.6	204.4
2	Apple (IOS)	15.6 %	13.4 %	26.9	33.8
3	Windows Phone	2.1 %	4.1 %	3.7	10.2
4	Blackberry	4.3 %	1.0 %	7.4	2.5
5	Lainnya	3.0 %	0.2 %	5.2	0.5
Total		100.0 %	100.0 %	172.8	251.4

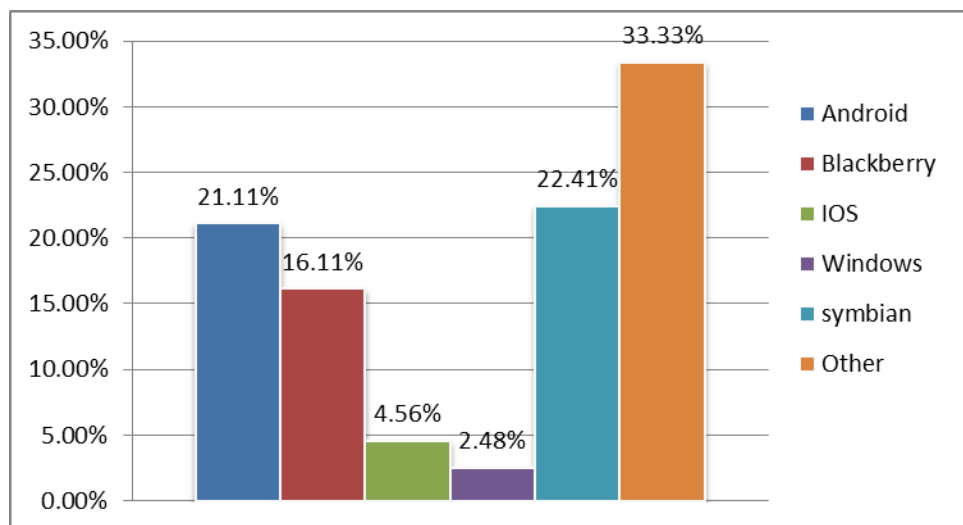
Sumber : Engadget (2013) dalam artikel beritateknologi.com

Berdasarkan tabel 1.1 pengguna OS Windows Phone mengalami peningkatan penjualan jika dibandingkan dengan kuartal ketiga tahun 2012. Jumlah Windows phone yang berhasil dipasarkan juga mengalami peningkatan yang sangat drastis. Jika pada tahun 2012 terdapat sebanyak 3.7 juta Windows phone yang berhasil di pasarkan, maka pada kuartal ketiga tahun 2013 penjualan mencapai angka 10.2 juta unit.

Windows Phone semenjak dirilis di Asia pada awal 2011 terus melakukan inovasi di dalam produk nya seperti meluncurkan windows phone 8 yang didalam nya terdapat fitur – fitur menarik seperti *Data Sense* yang dapat melacak penggunaan data seluler dan memungkinkan pengguna tahu kapan telah mendekati batas, memiliki tampilan dan nuansa yang sama dengan Windows 8 sehingga pengguna hanya perlu mempelajari segala sesuatunya satu kali dan masih banyak yang lain nya. Inovasi produk ini dilakukan melihat kompetisi persaingan yang semakin ketat antar *smartphone*.

Windows phone juga telah melakukan terobosan konvergensi terbaru yaitu saat ini pengguna dapat memainkan permainan X-Box di dalam ponsel tersebut. Hal ini dilakukan sebagaimana dari tren akan produk multifungsi. Menurut Mohr (2010:36) “Konvergensi adalah situasi dimana teknologi yang berbeda mulai menawarkan fungsi yang sama, yang berarti bahwa teknologi tersebut dapat ditemukan di kelas produk yang lain”

Di Indonesia produk *windows phone* masih belum dikenal luas oleh masyarakat. Android masih menguasai pasaran *smartphone* dengan presentase mencapai 21.11 persen yang kemudian di ikuti oleh *blackberry* dengan presentase mencapai 16.11 persen.



Gambar 1.4

Grafik Sistem Operasi *Smartphone* Yang Digunakan Oleh Konsumen Di Indonesia

Sumber : Paragian (2013) dalam *id.techinasia.com*

Berdasarkan Gambar 1.4 terkait jumlah pengguna *smartphone* di Indonesia, terlihat Windows phone masih bukan menjadi pilihan utama bagi para pengguna *smartphone* di Indonesia dan masih tertinggal jauh oleh sistem operasi lain nya. Di pasar Indonesia Windows Phone berada jauh dibawah Android, Blackberry, Symbian (Nokia) dan IOS (iPhone) dengan presentase sebesar 2.48 persen. Menurut Wardhana (2013) dalam artikel geliat Windows Phone di Indonesia, Windows Phone harus menyasar calon pembeli *smartphone* yang baru beralih dari feature phone dan tetap mengeluarkan produk-pruduk inovatif di high end untuk membuat konsumen di pasar Indonesia tertarik.

Di Kota Bandung penjualan *smartphone* semakin memanas, tidak jauh berbeda dengan kondisi pasar *smartphone* di Indonesia. Menurut Indhryani (2013) di dalam artikel persaingan *smartphone* di BEC Bandung, untuk fitur telepon standart (*non-smartphone*), Nokia merupakan produk yang cukup diminati. Sedangkan untuk fitur *smartphone*, Samsung dengan Android nya banyak menjadi pilihan pelanggan.

Fenomena Windows phone diatas menimbulkan pertanyaan bagaimanakah keputusan membeli dari Windows phone melihat *smartphone* Windows Phone Nokia kalah saing dalam pasar *smartphone* Indonesia. Menurut Mohr, et.al (2010:236) keputusan pembelian produk *high technology* dipengaruhi oleh faktor – faktor dari adopsi inovasi yaitu keunggulan relatif, kmpabilitas, kompleksitas, trialabilitas, kemampuan untuk mengkomunikasikan maanfaat produk, dan observabilitas.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas perlu diadakan penelitian lebih lanjut mengenai keputusan pembelian Windows Phone selaku produk *high technology* dengan judul **Faktor – Faktor Adopsi Inovasi Produk *High Technology* Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Windows Phone Nokia di Kota Bandung Tahun 2014**

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa rumusan masalah dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana karakteristik responden faktor-faktor adopsi inovasi produk *high-tech* terhadap keputusan pembelian Windows phone Nokia di Kota Bandung
2. Bagaimana faktor-faktor adopsi inovasi produk *high-tech* pada Windows Phone Nokia
3. Bagaimana keputusan pembelian pengguna Windows phone Nokia di Kota Bandung tahun 2014
4. Bagaimana pengaruh faktor-faktor adopsi inovasi produk *high-tech* terhadap keputusan pembelian Windows phone Nokia di Kota Bandung tahun 2014
5. Faktor apa yang paling berpengaruh dalam faktor adopsi inovasi produk *high-tech* Windows phone

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui karakteristik responden dari faktor – faktor adopsi inovasi produk *high-tech* terhadap keputusan pembelian Windows phone Nokia di Kota Bandung tahun 2014
2. Untuk mengetahui faktor – faktor adopsi inovasi produk pada produk Windows Phone Nokia.
3. Untuk mengetahui keputusan pembelian pengguna Windows phone Nokia di Kota Bandung tahun 2014
4. Untuk mengetahui pengaruh faktor – faktor adopsi inovasi produk *high-tech* terhadap keputusan pembelian Windows phone Nokia di Kota Bandung tahun 2014
5. Untuk mengetahui faktor apa yang paling berpengaruh dalam faktor adopsi inovasi produk Windows phone.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan maksud dan tujuan yang telah dijelaskan diatas, hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi :

1. Lingkungan praktisi, memberikan referensi hubungan antara faktor adopsi inovasi produk *high-tech* terhadap keputusan pembelian (*purchasing decision*)
2. Lingkungan akademisi, memberikan tambahan informasi terhadap ilmu manajemen bisnis dalam hubungan antara faktor adopsi inovasi produk *high-tech* terhadap keputusan pembelian (*purchasing decision*)

1.6 Batasan Masalah

Dalam Penelitian kali ini, penulis akan mencari hubungan antara faktor – faktor adopsi inovasi produk *high-tech* terhadap keputusan pembelian (*purchasing decision*) Windows phone. Untuk itu, agar mendapat arah pembahasan yang lebih baik sehingga tujuan penulisan bisa dicapai, maka dari itu penulis akan membatasi ruang lingkup permasalahan yang ada yaitu sebagai berikut :

1. Jenis windows phone yang akan diteliti hanya di produk Nokia saja (Lumia dan Asha)
2. Lingkup geografis penelitian hanya akan berada di wilayah Kota Bandung saja.

1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Pada subbab sistematika penulisan tugas akhir akan membahas sistematis penulisan dari bab pendahuluan hingga bab kesimpulan. Berikut adalah sistematika penulisan tugas akhir :

1.7.1 Bab I Pendahuluan

Bab ini berisi tentang tinjauan terhadap objek studi, latarbelakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penullisan tugas akhir.

1.7.2 Bab II Tinjauan Pustaka dan Lingkup Penelitian

Bab ini berisi uraian umum mengenai teori – teori yang berkaitan dengan penelitian dan mendukung pemecahan permasalahan

1.7.3 Bab III Metode Penelitian

Bab ini berisi mengenai jenis penelitian yang digunakan, operasional variable, metode pengumpulan data dan analisis data

1.7.4 Bab IV Penelitian dan Pembahasan

Bab ini akan menjelaskan secara rinci tentang hasil penelitian dan pembahasan yang dimulai dari analisis data, kemudian diinterpretasikan yang diikuti dengan penarikan kesimpulan yang dibandingkan dengan penelitian – penelitian sebelumnya dan landasan teoritis yang relevan untuk mendapatkan solusi dari permasalahan yang dihadapi.

1.7.5 Bab V Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisi kesimpulan akhir dari analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya serta saran – saran yang dapat dimanfaatkan oleh pihak praktisi dan akademisi.