

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Untuk menunjang proses komunikasi, telepon genggam merupakan salah satu alat yang paling dibutuhkan dan paling banyak digunakan oleh masyarakat. Diiringi dengan pesatnya kemajuan teknologi, perkembangan telepon genggam mengalami berbagai perubahan bentuk dan fungsi secara bertahap.

Sebelumnya telepon genggam hanya untuk mengirim pesan dan melakukan panggilan atau menerima panggilan saja. Namun sekarang, telepon genggam sudah beralih fungsi dari alat komunikasi jarak jauh menjadi sebuah benda yang sangat pintar yang dapat digunakan berbagai macam hal oleh sipenggunanya. Telepon genggam sudah bisa terhubung dengan internet dan melakukan aplikasi layaknya komputer. Masa kini, telepon genggam yang pintar itu disebut dengan *smartphone*.¹

Smartphone adalah perangkat komputasi kuat yang menawarkan layanan suara nirkabel tradisional dan software aplikasi asli, serta yang terpenting adalah kemampuan untuk terhubung ke banyak layanan berbasis internet yaitu *e-mail*, *geo-location*, *video streaming* dan *social media* sambil memberikan pengalaman yang baik bagi pengguna.²

¹http://id.wikipedia.org/wiki/Sistem_operasi_telepon_genggam (Diakses pada tanggal 8 April 2015)

²Kenny, M. Dan Pon, B, "*Structuring the Smartphone industry: Is the Mobile Internet OS Platform the Key?*", (Journal of Industry, Competition and Trade, 2011, Vol 11) p.239-261

Smartphone sebenarnya adalah sebuah *mobile phone* yang didasarkan pada sistem operasi (*operating system*) yang merupakan perangkat elektronik multifungsi dan memiliki fitur dari kamera, *web browsing*, *e-mail*, *chatting video* dan suara, pemutar audio-video, sampai tampilan layar HD (*High Density*) bersama dengan beberapa pilihan multimedia lainnya.³

Sistem operasi adalah seperangkat program yang mengelola sumber daya perangkat keras komputer atau *hardware* dan menyediakan layanan umum untuk aplikasi perangkat lunak.⁴ Sistem operasi mengontrol sistem kinerja barang elektronik mobile yang mengintegrasikan *software* dan *hardware* yang ada pada *smartphone*.

Saat ini persaingan di industri *smartphone* begitu ketat. Berbagai produsen *smartphone* terus menerus melakukan peningkatan kecanggihan dan inovasi produk, agar bisa merebut hati konsumen. Bentuk pertarungan yang paling jelas dan utama adalah pertarungan sistem operasi yang digunakan oleh masing-masing produk *smartphone*.

Hal ini dikarenakan sistem operasi *smartphone* adalah bagian penting dari ekosistem teknologi yang lebih besar. Berikut tabel 1.1 yang menunjukkan beberapa jenis sistem operasi *smartphone* beserta merek *smartphone* yang mengadopsi sistem operasi tersebut.

³Malviya, S., Saljua S.M., Thakur, S.A., "A study on the factors influencing consumer's purchase decision towards *smartphone* in Indore" (International Journal of Advance Research in Computer Science and Management Studies, 2013, Vol 1 Issues 6), p.14-21

⁴http://id.wikipedia.org/wiki/Sistem_operasi (Diakses pada tanggal 8 April 2015)

Tabel 1.1
Macam-Macam Sistem Operasi Pada Smartphone

No.	Sistem Operasi	Merek yang Menggunakan		
1.	Android	ASUS Advan Android One Alcatel Dell Evercross	Motorola OPPO Sony Samsung Nexus Xiaomi	ZTE Smartfren LG HTC Huawei Lenovo
2.	iOS	Apple		
3.	Windows Phone	Microsoft Lumia	HTC Rio	
4.	Blackberry OS	Blackberry		
5.	Symbian	NOKIA		

Sumber : Data diolah peneliti

Android adalah sistem operasi untuk telepon seluler berbasis Linux sebagai kernelnya. Saat ini Android adalah sebagai sistem operasi terpopuler di dunia. Pada tahun 2000, sebelum produk telepon genggam beredar di pasaran, Google mengakuisisi perusahaan bernama Android Inc., perusahaan tersebut merupakan pendatang baru berfokus untuk mengembangkan sistem operasi *embedded* dan *software* untuk perangkat mobile. Kemudian Android Inc. menjadi grup Google, para pendiri Android diantaranya Andy Rubin, Rick Miner, Nick Sears dan Chris White pindah ke Google. Untuk memperkuat adopsi teknologi Android, Google membentuk *Open Hanset Alliance* (OHA). OHA adalah grup konsorium dengan anggota lebih dari 34 perusahaan dari bidang *hardware*, *software* dan telekomunikasi diantaranya Samsung, HTC, Intel, Motorola, Qualcomm, T-Mobile, Nvidia, Asus dan lain-lain.⁵

Android dirilis perdana dengan standar *open source* pada 5 November 2007 bersama OHA. Di tahun 2012 ada sekitar 700.000 aplikasi yang tersedia untuk Android dan sekitar 25 juta aplikasi yang diunduh di *Google Play* (toko aplikasi

⁵Istiyanto, Jazi Eko, *Pemograman Smartphone Menggunakan SDK Android dan Hacking Android, 1st Ed*, (Yogyakarta:Graha Ilmu, 2013), p.5

utama Android). Pada tahun 2013, dikatakan bahwa Android adalah platform paling populer bagi para pengembang, digunakan oleh sekitar 71% pengembang aplikasi seluler. Faktor-faktor tersebut telah memberikan kontribusi terhadap perkembangan Android, menjadikannya sebagai sistem operasi smartphone yang paling banyak digunakan di dunia.⁶ Berikut ini terdapat tabel yang menunjukkan *global market share* sistem operasi *smartphone* pada tahun 2014.

Tabel 1.2

Global Market Share Smartphone Operating System 2014

<i>Operating System</i>	<i>4Q14 Unit Volumes</i>	<i>4Q14 Market Share</i>	<i>4Q13 Unit Volumes</i>	<i>4Q13 Market Share</i>	<i>Year-Over Year Change</i>
Android	289.1	76.6%	228.4	78.2%	26.6%
iOS	74.5	19.7%	51	17.5%	46.1%
Windows Phone	10.7	2.8%	8.8	3.0%	21.6%
Blackberry	1.4	0.4%	1.7	0.6%	-17.6%
Others	1.8	0.5%	2.3	0.8%	-21.7%
Total	377.5	100.0%	292.2	100.0%	29.2%

Sumber : *cdn.id.techinasia.com*

Hal yang sama pun terjadi juga di Indonesia. Diperkirakan 180 juta orang memiliki ponsel di Indonesia pada tahun 2014, sekitar 34% menggunakan smartphone dan sistem operasi Android adalah sistem operasi yang paling banyak digunakan di Indonesia pada tahun 2014.⁷ Dikutip dari situs Merdeka.com menyatakan bahwa boleh saja Android menjadi dominator *operating system* smartphone untuk saat ini, namun catatan yang mengungkapkan bahwa banyak pengguna Android mulai hilang loyalitasnya dan ingin pindah menggunakan perangkat berbasis OS lain seperti iOS dan Windows Phone.⁸

⁶[http://id.wikipedia.org/wiki/Android_\(sistem_operasi\)](http://id.wikipedia.org/wiki/Android_(sistem_operasi)), (Diakses pada tanggal 08 April 2015)

⁷<http://www.statista.com/statistics/262205/market-share-held-by-mobile-operating-systems-in-indonesia/> (Diakses pada tanggal 03 Mei 2015)

⁸<http://www.merdeka.com/teknologi/loyalitas-pengguna-android-masih-kalah-dengan-pengguna-ios.html> (Diakses pada tanggal 07 Mei 2015)

Tabel 1.3
Sistem Operasi Sebelumnya dan Saat Ini

current O/S	previous operating system							
	Android	iOS	Blackberry	Windows	basic	other	first	aggregate
Android	67%	14%	34%	NM	50%	NM	NM	46%
iOS	27%	78%	48%	NM	39%	NM	NM	45%
Blackberry	1%	3%	10%	NM	3%	NM	NM	3%
Windows	3%	1%	3%	NM	3%	NM	NM	3%
basic	2%	3%	3%	NM	6%	NM	NM	3%
total	100%	100%	100%	NM	100%	NM	NM	100%

Sumber : <http://www.trenologi.com/2013072919688/cirp-pengguna-ios-paling-loyal-disusul-oleh-pengguna-android/>

Pada tabel diatas merupakan hasil riset dari *Consumer Intelligence Research Partner* (CIRP) ditemukan bahwa 78% pengguna iOS saat ini yang perangkat sebelumnya juga menggunakan sistem operasi iOS. Sementara pada Android, hanya 67% pengguna Android yang perangkat sebelumnya juga merupakan perangkat berbasis Android. Sebesar 27% pengguna saat ini menggunakan iOS menyatakan bahwa mereka berpindah dari sistem operasi Android. Jumlah ini lebih besar daripada sebaliknya, mereka yang berpindah dari iOS ke Android hanya berjumlah 14% saja. Hal ini didukung oleh survei yang dilakukan oleh analis yang bernama Robert W. Baird dari William Power mengungkapkan bahwa loyalitas pengguna Android masih kalah dibandingkan pengguna iOS.⁹

Tabel 1.4
Hasil Survey Robert W.Baird

Pengguna Android		Pengguna iOS	
49%	Tetap menggunakan Android	77%	Tetap menggunakan iOS
17%	Ingin menggunakan iOS	5%	Ingin menggunakan Android
34%	Belum memutuskan	18%	Belum memutuskan

Sumber : Data diolah peneliti

⁹<http://www.merdeka.com/teknologi/loyalitas-pengguna-android-masih-kalah-dengan-pengguna-ios.html>, (Diakses pada tanggal 08 Mei 2015)

Tidak hanya itu, berdasarkan penelitian terbaru yang dilakukan oleh Foolproof, mengungkapkan bahwa pengguna Android memiliki gravitasi yang lemah, artinya banyak dari pengguna Android yang justru tidak setia dan beralih ke iPhone. Penelitian tersebut menghasilkan angka sekitar 65% dari pemilik smartphone pertama kali akan memilih Android. Namun seiring waktu, kecintaan mereka pada Android memudar dan sekitar 37 – 49% pengguna Android berpindah ke iPhone.¹⁰

Setelah menelusuri beberapa sumber, hal ini terjadi disebabkan oleh beberapa alasan, seperti kemunculan iPhone layar besar yaitu iPhone 6 Plus, desain yang premium serta sistem keamanan yang dimiliki iOS. Tecno.Kompas.com juga menyatakan bahwa salah satu upaya Apple menggoda pengguna Android agar beralih meninggalkan platform tersebut adalah dengan *Apple Reuse and Recycling Program* yaitu program yang berbentuk tukar tambah ponsel lama dengan iPhone baru. Program ini ditujukan kepada pengguna Android yang ingin beralih ke Apple namun mengalami kesulitan dana.¹¹

Dikutip dari situs Merdeka.com, menurut salah seorang konsultan utama Foolproof, Philip Morton mengungkapkan bahwa pengguna Android yang berpindah ke lain hati memiliki banyak alasan lain termasuk mulai tidak nyaman dengan banyaknya virus yang masuk. Sebab memang Android terkenal dengan kerentanan akan malware.¹²

¹⁰<http://www.merdeka.com/teknologi/ternyata-hampir-separuh-dari-pengguna-android-tidak-setia.html> (Diakses pada tanggal 08 Mei 2015)

¹¹<http://teknokompas.com/read/2015/03/17/20510057/Apple.Bantu.Pengguna.Android.yang.Kepincut.iPhone>, (Diakses pada tanggal 08 Mei 2015)

¹²<http://www.merdeka.com/teknologi/ternyata-hampir-separuh-dari-pengguna-android-tidak-setia.html> (Diakses pada tanggal 08 Mei 2015)

Tidak hanya beralih ke *operating system* iOS, pengguna Android juga mengalami peralihan ke Windows Phone. Dikutip dari situs idwinphone.com ada fakta menarik yang ditemukan, yaitu dari total pengguna Windows Phone saat ini, lebih dari 20% atau tepatnya 23% adalah mantan pengguna Android. Mereka *switch* dan *move on* dari smartphone besutan Google tersebut dan beralih ke Windows Phone.¹³

Berdasarkan beberapa hasil riset dan fenomena yang ada, dapat disimpulkan bahwa walaupun Android merupakan *operating system* yang populer saat ini, akan tetapi dari segi menciptakan loyalitas masih belum optimal. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti loyalitas pada OS Android khususnya pada perangkat smartphone.

Dalam memahami tingkat keterlibatan konsumen terhadap smartphone, maka pemasar harus dapat mengidentifikasi hal-hal apa saja yang menyebabkan seseorang merasa loyal dalam menggunakan suatu produk. Berbagai kinerja dan inovasi yang disuguhkan oleh berbagai produk smartphone yang mengadopsi Android, dapat dijadikan daya tarik untuk menumbuhkan loyalitas merek konsumen.

Berikut tabel mengenai jurnal penelitian yang dapat menunjukkan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas merek.

¹³<http://idwinphone.com/2013/06/30/lebih-dari-20-pengguna-windows-phone-itu-mantan-pengguna-android/> (Diakses pada tanggal 08 Mei 2015)

Tabel 1.5
Jurnal Penelitian Produk Smartphone

No	Nama Peneliti, Tahun	Variabel														
		<i>Brand Image</i>	<i>Consumer Behavior</i>	<i>Brand Awareness</i>	<i>Perceived Quality</i>	<i>Customer Satisfaction</i>	<i>Brand Trust</i>	<i>Purchase Criteria</i>	<i>Advertising spending</i>	<i>Risk Aversion</i>	<i>Brand Affect</i>	<i>Repurchase Intention</i>	<i>Brand Satisfaction</i>	<i>Perceived Brand Quality</i>	<i>Perceived Brand Equity</i>	<i>Brand Loyalty</i>
1.	Lin, Chang (2013)	V	V													V
2.	Zuhroh, Hadiwidjoyo, Rofiaty Djumahir (2014)						V									V
3.	Jing, Pitsaphol, dan Shabbir. (2014)	V		V	V											V
4.	Jing, Pitsaphol dan Shabbir (2014)	V			V											V
5.	Kassim, Igau, Harun, dan Tahajuddin (2014)				V	V										
6.	Ramiz, Qasim, Rizwan, Aslam, dan Khurshid. (2014)	V			V	V	V	V	V							V
7.	Matzler, Krauter dan Ridmon. (2008)						V			V						V
8.	Gozali (2015)						V			V	V					V
9.	Said (2014)										V	V	V	V	V	V
10.	Putra dan Sulistyawati (2014)					V	V									V

Sumber : Data diolah peneliti

Peneliti menggunakan sepuluh penelitian mengenai produk smartphone atau *mobile phone* untuk mengidentifikasi literatur dan referensi yang mendukung dalam penentuan variabel penelitian. Karena keterbatasan penelitian yang berhubungan dengan perilaku konsumen pengguna smartphone, peneliti menggunakan penelitian-penelitian pada produk smartphone atau *mobile phone*.

Setelah melakukan kajian terhadap sepuluh artikel ilmiah tersebut, peneliti memilih citra merek (*brand image*), persepsi kualitas produk (*perceived product quality*), kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*), kepercayaan merek (*brand trust*) dan loyalitas merek (*brand loyalty*) sebagai variabel. Seperti yang dapat terlihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.6
Variabel Penelitian

X1	Citra Merek (<i>Brand Image</i>)
X2	Persepsi Kualitas Produk (<i>Perceived Product Quality</i>)
X3	Kepuasan Pelanggan (<i>Customer Satisfaction</i>)
X4	Kepercayaan Merek (<i>Brand Trust</i>)
Y	Loyalitas Merek (<i>Brand Loyalty</i>)

Sumber : Data diolah peneliti

Alasan peneliti memilih variabel-variabel tersebut sebagai penelitian karena keempat variabel tersebut dianggap sebagai faktor yang paling mempengaruhi loyalitas berdasarkan banyaknya penelitian terhadap variabel-variabel tersebut. Selain itu meskipun banyak penelitian yang menggunakan variabel-variabel tersebut, namun penelitian itu hanya terfokus pada satu merek saja.

Penelitian untuk variabel tersebut pada smartphone OS Android masih jarang karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti ulang faktor-faktor dari loyalitas terhadap OS Android secara general sehingga hasil penelitian menjadi lebih valid untuk OS Android. Hal tersebut juga didukung oleh studi kepustakaan yang dilakukan oleh peneliti dari berbagai sumber seperti artikel dan portal berita, yakni masing-masing variabel terkait dengan loyalitas.

Faktor pertama yang mempengaruhi loyalitas merek adalah citra merek. Saat ini persaingan perusahaan untuk memperebutkan konsumen tidak lagi terbatas pada atribut fungsional produk saja misalnya seperti kegunaan produk, melainkan sudah dikaitkan dengan merek yang mampu memberikan citra khusus bagi penggunanya.¹⁴

Dikutip dari salah seorang blog pengguna Android, ia mengemukakan bagaimana citra Android bagi penggunanya. Smartphone Android memiliki citra yang identik dengan OS gratisan hal ini dikarenakan OS Android menyediakan banyak aplikasi gratis bagi penggunanya.

Android terkenal dengan sistem operasi yang *user friendly*, namun hal ini tidak sesuai dengan pengguna Android yang tidak terlalu mengerti dengan IT atau disebut dengan *end user* (pengguna awam). Bagi pengguna awam selalu mengalami kebingungan dalam menggunakan smartphone Android hal ini dikarenakan Android memiliki versi yang selalu berkembang maka makin sulit bagi pengguna awam untuk menggunakannya.¹⁵

Selain itu, smartphone Android merupakan perangkat smartphone yang cepat panas. Banyak pengguna smartphone yang memberikan pernyataan mengenai smartphone Android adalah smartphone yang cepat panas saat digunakan. Hal ini menjadi salah satu alasan pengguna Android beralih menggunakan OS lain.¹⁶

¹⁴Hamidah dan Anita, “Analisis persepsi citra merek, desain, fitur dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian produk handphone Samsung berbasis android (Studi Kasus STIE Pelita Indonesia)”, (Jurnal Ekonomi, 2013, Vol.21 No.4) p. 2

¹⁵<https://octavianadwipuspa.wordpress.com/2012/09/14/kelebihan-dan-kekurangan-os/> (Diakses pada tanggal 09 Mei 2015)

¹⁶<https://jalantikus.com/tips/6-penyebab-smartphone-android-cepat-panas/> (Diakses pada tanggal 09 Mei 2015)

Faktor selanjutnya adalah persepsi kualitas. Walaupun OS Android populer di kalangan produk smartphone, masih saja ditemukan mengenai kekurangan yang terlihat yaitu adanya keluhan bagi pengguna Android. Dikutip dari situs Viva.co.id, smartphone dengan OS Android memiliki masalah utamanya adalah *overheating* (mudah panas) saat digunakan bermain *game*, dan *browsing* dalam waktu bersamaan hal ini disebabkan material plastik yang membaluti smartphone atau penggunaan aplikasi terus-menerus.¹⁷

Kualitas layar yang rendah pada perangkat smartphone, karena layar menjadi hal penting dalam smartphone Android, baik untuk navigasi ataupun memberi kenyamanan pada mata. Karena seringkali smartphone Android digunakan untuk membaca. Smartphone dengan resolusi HVGA dibawah 480x320 piksel, tidak mendukung secara optimal pengolahan gambar aplikasi-aplikasi hiburan. Ketika memainkan game dengan grafis tinggi, pengguna tidak akan menemukan sensasi bermain game tersebut.

Prosesor dan RAM dengan *clock speed* rendah, ukuran RAM yang kecil akan menghambat kinerja ketika pengguna harus membuka banyak aplikasi saat bersamaan atau *multitasking*. Terakhir sulitnya untuk dapat mengupdate OS Android terbaru, karena produsen hanya memberikan layanan *update* kepada smarphone unggulan (*high-end*).¹⁸

Faktor yang ketiga adalah kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah sebagai titik tumbuhnya loyalitas jika suatu merek, produk dan jasa yang dipilih

¹⁷<http://teknologi.news.viva.co.id/news/read/463041-ini-keluhan-pengguna-iphone-dan-ponsel-android> (Diakses pada tanggal 09 Mei 2015)

¹⁸<http://matiuuss.heck.in/kelemahan-android-dari-keluhan-penggunaan.xhtml> (Diakses pada tanggal 09 Mei 2015)

memenuhi atau melampaui ekspektasinya maka pelanggan tersebut menunjukkan sikap positif dan memiliki keinginan untuk membeli atau menggunakan merek, produk atau jasa yang sama dan keinginannya untuk bertindak sebagai referensi bagi orang lain.¹⁹

Begitu banyak fitur yang diciptakan oleh produsen smartphone OS Android agar memuaskan kebutuhan konsumen. Namun pada kenyataannya, masih saja didapati ketidakpuasan. Dikutip di situs Kaskus.co.id, oleh seorang pengguna smartphone Android dikatakan bahwa adanya ketidakpuasan dikarenakan pihak produsen dari salah satu produk smartphone Android yang ia pilih, memberikan aplikasi dan fitur bawaan yang semakin besar *spacanya* sehingga menyediakan kapasitas RAM yang sedikit. Dengan kemudahan untuk mendapatkan fitur aplikasi pada Android, banyak membuat smartphone Android menjadi mudah error, *multitouch* yang kurang maksimal dan baterai yang cepat boros.²⁰

Selain citra merek, persepsi kualitas produk, dan kepuasan pelanggan, kepercayaan merek merupakan faktor penting dalam menciptakan loyalitas. Kepercayaan dianggap sebagai cara yang paling ampuh dalam membangun dan memelihara hubungan dengan pelanggan dalam jangka panjang.

Kepercayaan merupakan hal yang begitu sulit untuk diciptakan. Begitu banyaknya merek smartphone Android yang beredar dipasaran yang menawarkan berbagai promosi, kecanggihan dan spesifikasi terbaru akan tetapi kalau

¹⁹Tjahyadi, *Brand Trust Dalam Konteks Loyalitas Merek: Peran Karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan, dan Karakteristik Hubungan Pelanggan-Merek*, (Jurnal Manajemen, 2006, Vol.6 No.1), p. 66

²⁰<http://www.kaskus.co.id/thread/5232f60c38cb173f4e00000a/share-pengalaman-plus-minus-memakai-ios-amp-android-ipad-3-amp-galaxy-s3> (Diakses pada tanggal 05 Mei 2015)

pelanggan belum merasa puas akan kelebihan yang diberikan, pelanggan masih sering beralih ke OS smartphone lain tentu saja kepercayaan masih rendah.

Ketika suatu produsen smartphone melakukan kesalahan pada produknya seperti terdapatnya jumlah produk yang cacat atau tidak sesuai dengan spesifikasi yang seharusnya dijanjikan maka kepercayaan tersebut akan hilang. Lain hal dengan apabila pelanggan merasakan hasil kinerja yang dijanjikan sesuai dengan kebutuhan konsumen maka meskipun ada beberapa produk smartphone Android lain yang lebih menarik konsumen tidak akan berpaling.

Dikutip dari salah situs blogger menyatakan bahwa tingkat pertumbuhan smartphone Android yang sangat tinggi dilatarbelakangi banyaknya produsen menciptakan smartphone murah. Hal tersebut dilakukan untuk meraup keuntungan, namun dilihat dari segi kualitas, spesifikasi yang ditawarkan tidak memenuhi harapan konsumen.

Tidak hanya itu beberapa pihak yang tidak bertanggung jawab menciptakan malware atau virus yang cukup meresahkan telah menyerang aplikasi gratis maupun berbayar di Android Play Store. Hal ini sangat membahayakan bagi pengguna smartphone Android karena terkait keamanan.²¹

Dalam hal ini yang juga menjadi perhatian adalah konsumen menjadi tidak percaya sepenuhnya terhadap kemampuan smartphone Android, karena menyangkut keamanan bagi data-data pribadi mereka. Walaupun didukung oleh layanan Google, tetap saja dari segi keamanan masih ada yang belum bisa memberikan kinerja yang maksimal bagi pengguna smartphone Android.

²¹<http://sihaitek.blogspot.com/2014/01/3-fakta-nyata-mengecewakan-tentang-os.html>
(Diakses pada tanggal 03 Mei 2015)

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian diatas, peneliti dapat mengetahui beberapa masalah yang mempengaruhi loyalitas merek pada produk smartphone berbasis OS Android. Adapun identifikasi masalah tersebut adalah :

1. Berdasarkan hasil riset yang telah peneliti kutip dari beberapa sumber bahwa pengguna Android tidak loyal terhadap sistem operasi OS Android yang terdapat pada perangkat smartphone mereka. Hal ini menandakan bahwa OS Android belum menciptakan loyalitas yang belum optimal terhadap penggunanya. Sehingga peneliti tertarik untuk meneliti loyalitas merek sebagai variabel dependen (Y).
2. Smartphone yang mengadopsi OS Android identik dengan citra yang gratisan karena aplikasi yang gratis, *user friendly* tapi tidak untuk pengguna yang awam (tidak ahli dalam dunia IT), dan cepat panas saat digunakan. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti citra merek sebagai variabel indenpenden (X1).
3. Masih ada beberapa keluhan oleh pengguna seperti layar yang berkualitas rendah, prosesor dan RAM dengan *clock speed* rendah dan tidak dapat update OS Android untuk versi terbaru bagi smartphone yang bukan merupakan produk-produk unggulan. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti persepsi kualitas produk sebagai variabel independen (X2).
4. Adanya ketidakpuasan pada fitur yaitu masalah mengenai keborosan penggunaan RAM pada OS Android dimana pihak produsen memberikan aplikasi dan fitur bawaan yang menggunakan jumlah RAM yang banyak,

smartphone Android yang mudah error, *multitouch* yang kurang maksimal dan masalah baterai yang cepat boros. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti kepuasan pelanggan sebagai variabel independen (X3).

5. Beberapa kesalahan oleh produsen seperti terdapatnya jumlah produk yang cacat dan tidak sesuai dengan spesifikasi yang seharusnya dijanjikan, kurangnya keamanan dalam penggunaan sehingga kepercayaan konsumen berkurang dan membuat konsumen mudah berpaling. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti kepercayaan merek sebagai variabel independen (X4).

Berdasarkan permasalahan tersebut, peneliti menjadi untuk meneliti pengaruh citra merek, persepsi kualitas produk, kepuasan pelanggan dan kepercayaan merek terhadap loyalitas merek (Survei Pada Pengguna Smartphone Android).

1.3 Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini menjadi lebih fokus, maka diberikan batasan masalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini hanya dibatasi pada penelitian citra merek, persepsi kualitas produk, kepuasan pelanggan, kepercayaan merek dan loyalitas merek pada produk smartphone berbasis OS Android.
2. Penelitian ini dilakukan pada pengguna smartphone Android.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang diajukan yaitu sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh antara citra merek (*brand image*) terhadap loyalitas merek (*brand loyalty*) pada produk smartphone berbasis OS Android ?
2. Apakah terdapat pengaruh antara persepsi kualitas produk (*perceived product quality*) terhadap loyalitas merek (*brand loyalty*) pada produk smartphone berbasis OS Android ?
3. Apakah terdapat pengaruh antara persepsi kualitas produk (*perceived product quality*) terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) pada produk smartphone berbasis OS Android ?
4. Apakah terdapat pengaruh antara kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) terhadap loyalitas merek (*brand loyalty*) pada produk smartphone berbasis OS Android ?
5. Apakah terdapat pengaruh antara kepercayaan merek (*brand trust*) terhadap loyalitas merek (*brand loyalty*) pada produk smartphone berbasis OS Android ?

1.5 Kegunaan Penelitian

Dengan adanya penelitian ini penulis berharap dapat memberikan manfaat :

1. Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menciptakan teori baru tentang loyalitas OS Android khususnya pada perangkat smartphone karena penelitian sebelumnya mengangkat permasalahan smartphone berbasis OS Android secara terbatas hanya melibatkan satu merek.
- b. Penelitian ini menggunakan variabel-variabel yang merupakan kombinasi baru yang jarang dilakukan sebelumnya, seperti penelitian yang dilakukan oleh Ramiz *et. al* (2014) memiliki kesamaan variabel akan tetapi penelitiannya menggunakan enam variabel (terdapat empat variabel yang sama).
- c. Penelitian ini juga bisa digunakan sebagai referensi ataupun rujukan dalam pengembangan teori pengaruh citra merek, persepsi kualitas produk, kepuasan pelanggan, kepercayaan merek terhadap loyalitas pada OS Android.

2. Praktis

Penelitian ini memberikan informasi, gambaran dan pandangan untuk para pemasar tentang alasan pengguna smartphone memilih untuk tetap menggunakan OS Android pada perangkat smartphone mereka dalam penggunaannya pada aktifitas sehari-hari.