

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Teknologi informasi di era globalisasi ini menjadi bagian yang terpenting pada semua elemen masyarakat, baik dilihat dari faktor umur, sosial, gaya hidup, dan lainnya. Elemen-elemen masyarakat tersebut menggunakan teknologi informasi sebagai alat untuk berkomunikasi dengan yang lain maupun sebagai penunjang berbagai kegiatan hariannya, seperti menunjang kegiatan berbisnis, bermain *game*, maupun kegiatan social (Yanuar, 2015).

Teknologi informasi berperan aktif untuk mempermudah seseorang berkomunikasi dengan yang lainnya. Teknologi informasi dapat berupa internet, *email*, *handphone*, dan lain-lain. Dari sekian macam teknologi informasi yang disebutkan di atas, *handphone* merupakan sebuah *gadget* dari sebuah teknologi informasi yang sangat dibutuhkan masyarakat. Hal tersebut dikarenakan *handphone* dapat berfungsi sebagai *gadget* yang *multitasking* bagi penggunanya. Pengguna *handphone* tidak hanya dapat melakukan kegiatan komunikasi semata, tetapi juga dapat menggunakan alat ini sebagai *lifestyle* dan bermain *game*.

Dengan semakin berkembangnya teknologi, *handphone* sudah memasuki teknologi yang disebut dengan *smartphone*. Pengertian *smartphone* adalah adalah telepon seluler yang bisa digunakan untuk berkomunikasi dasar (SMS

dan telepon), tapi juga di dalamnya terdapat fungsi PDA (*Personal Digital Assistant*) dan dapat bekerja layaknya sebuah komputer mini.

Dewasa ini ponsel pintar atau yang sering disebut dengan *smartphone* semakin marak digunakan oleh masyarakat, dahulu penggunaan *smartphone* hanya dipakai oleh kalangan para pebisnis dan eksekutif yang tingkat kegiatannya sangatlah padat, dengan *smartphone* pekerjaan mereka menjadi kian mudah. Tetapi seiring bergulirnya waktu, penggunaan *smartphone* tidaklah terbatas pada kalangan pebisnis maupun eksekutif, ponsel pintar ini sudah merambah ke berbagai lapisan masyarakat.

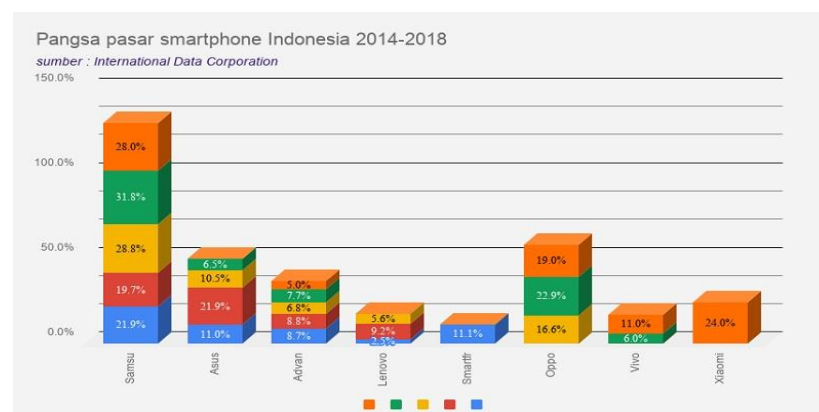
Akhir-akhir ini seiring dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi dan juga era pasar bebas membuat persaingan di industri *smartphone* sangatlah sengit, dengan masuknya berbagai tipe dan merek *smartphone* di Indonesia seperti *Nokia*, *Samsung*, *Blackberry*, *iPhone*, *Sony*, dan lainnya menjadikan masyarakat mempunyai banyak pilihan dalam memilih tipe dan merek *smartphone* yang ada di pasaran. Di antara ponsel-ponsel pintar tersebut, ponsel pintar bermerek *Asus* merupakan ponsel yang pada awal kedatangannya di Indonesia mendapat respon yang sangat baik dari masyarakat Indonesia.

*Asustek Computer Inc.* ditulis dengan gaya huruf kapital *ASUS*, adalah sebuah perusahaan berbasis di Taiwan yang memproduksi komponen komputer seperti papan induk, kartu grafis, dan *notebook*. *Asus* belakangan ini memunculkan ponsel pintar dengan sebutan *Asus Zenfone*. Sebagai pendatang baru dalam dunia ponsel, *Asus Zenfone Series* langsung menjadi pesaing

tanggung bagi pemain besar di Indonesia, seperti Samsung dan iPhone. *Asus Zenfone Series* menjadi fenomenal pada awal kemunculannya tidak lain adalah karena terdapat fitur unik yang tidak dimiliki oleh ponsel-ponsel merek lain. Fitur tersebut adalah RAM (*random access memory*) 4 *giga byte* pertama (Deliusno, 2015).

Keberadaan *Asus Zenfone Series* mulai tergoyahkan oleh munculnya berbagai kompetitor, dengan teknologi yang lebih canggih dan kaya akan fitur. Di antaranya adalah ponsel pintar yang mengung *platform iOS* yang diluncurkan oleh *iPhone*, *Windows Phone* yang merupakan ponsel pintar yang dikeluarkan oleh perusahaan besar *Microsoft*, tak kalah juga ponsel-ponsel keluaran dari Cina seperti *Xiaomi*, *Oppo*, *Meizu*, *Huawei*, dan juga pemain-pemain lokal dari tanah air seperti Evercoss, Advan, Mito.

Dalam data terakhir lima merek *smartphone* penguasa Indonesia yang dirilis International Data Corporation (IDC) Indonesia, Asus turun peringkat dari sebelumnya menempati posisi ketiga, menjadi posisi keempat (Ahmad, 2019).



**Gambar II.1. Pangsa Pasar *Smartphone* Indonesia 2014-2018**  
Sumber: International Data Corporation (2018)

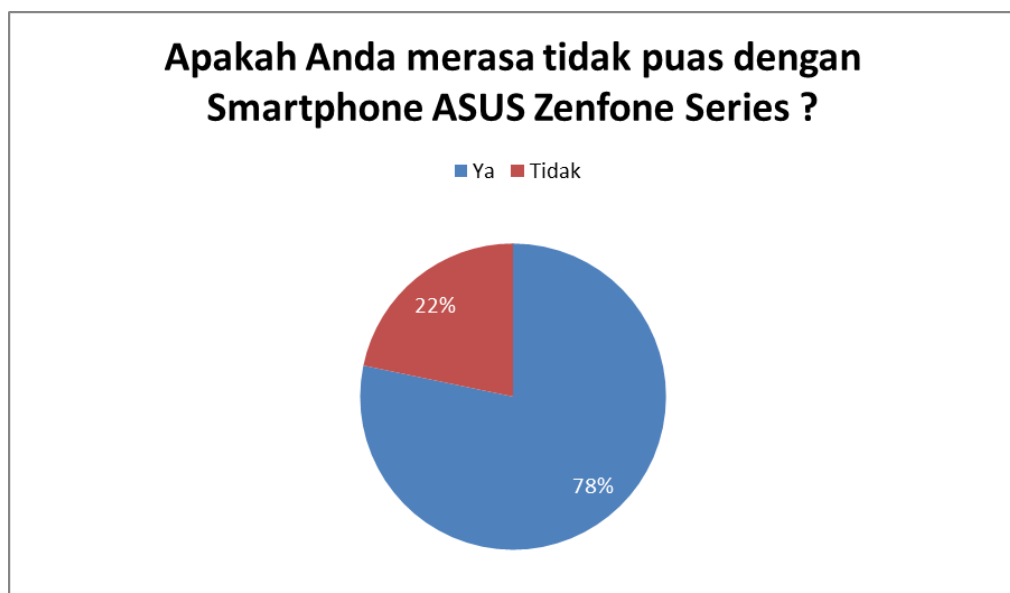
Dengan masuknya pendatang baru berupa teknologi yang lebih canggih dari beberapa perusahaan ponsel pintar tersebut yang mempunyai berbagai fitur dan aplikasi yang banyak dan variatif menjadikan *Asus Zenfone Series* mulai ditinggalkan oleh penggunanya. Berdasarkan hasil survei awal yang dilakukan di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, peristiwa ini didorong oleh beberapa hal yaitu mengenai minim dan kurang variatifnya perangkat lunak yang ada di *smartphone Asus Zenfone Series* dan ketidakpuasan yang dialami oleh pengguna *Asus Zenfone Series*.



**Gambar I.2 Diagram Hasil Survei awal**

Dalam kurun waktu beberapa tahun terakhir pengguna *Asus Zenfone Series* mulai beralih ke ponsel merek lain dikarenakan oleh masalah-masalah yang terdapat pada *smartphone Asus Zenfone Series* yang mengakibatkan konsumen merasa tidak puas dan juga dikarenakan konsumen *Asus Zenfone Series* mencari variasi lebih di dalam ponsel lain seperti ponsel yang berbasis sistem operasi *Android* lainnya. Seperti yang diberitakan oleh

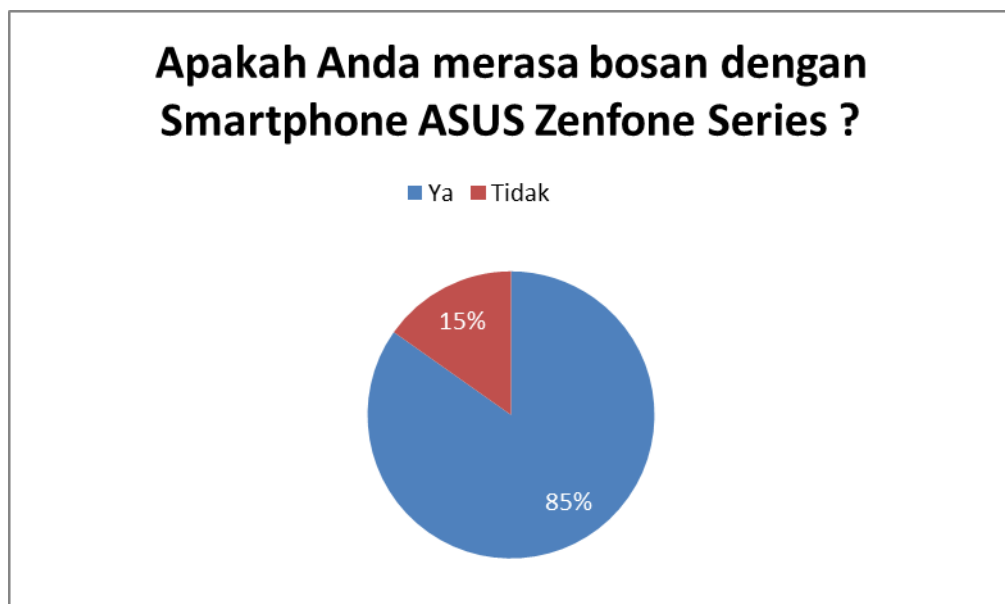
Rachmatunnisa (2018) salah satu faktor yang menyebabkan penurunan jumlah pengguna *Asus Zenfone Series* adalah ketidakpuasan konsumen. Pengguna *Asus Zenfone Series* merasa *hardware/perangkat* keras yang dimiliki *smartphone Asus Zenfone Series* cepat mengalami kenaikan suhu. *Asus Zenfone 2* panas ketika di isi daya, permasalahan ini sering terjadi pada pengguna *Asus Zenfone 2* (Iyon, 2017).



**Gambar I.3 Diagram Hasil Survei Awal**

Sebagai ponsel pintar *Asus Zenfone Series* mempunyai *hardware* yang cukup tangguh, *hardware* ini memungkinkan pengguna *Asus Zenfone Series* dapat menggunakan aplikasi berat tanpa mengalami hambatan. *Asus Zenfone Series* bagai ponsel pintar ternama yang mengusung RAM 4 *giga byte* pertama di Indonesia juga memiliki segudang masalah dalam pemakaiannya, terutama pada saat melakukan *update operating system*. Setelah melakukan pembaruan sistem operasi, *Asus Zenfone Max plus M1* menjadi cepat panas, baterai boros, notifikasi hilang dan berat menjalankan aplikasi (Razak, 2018).

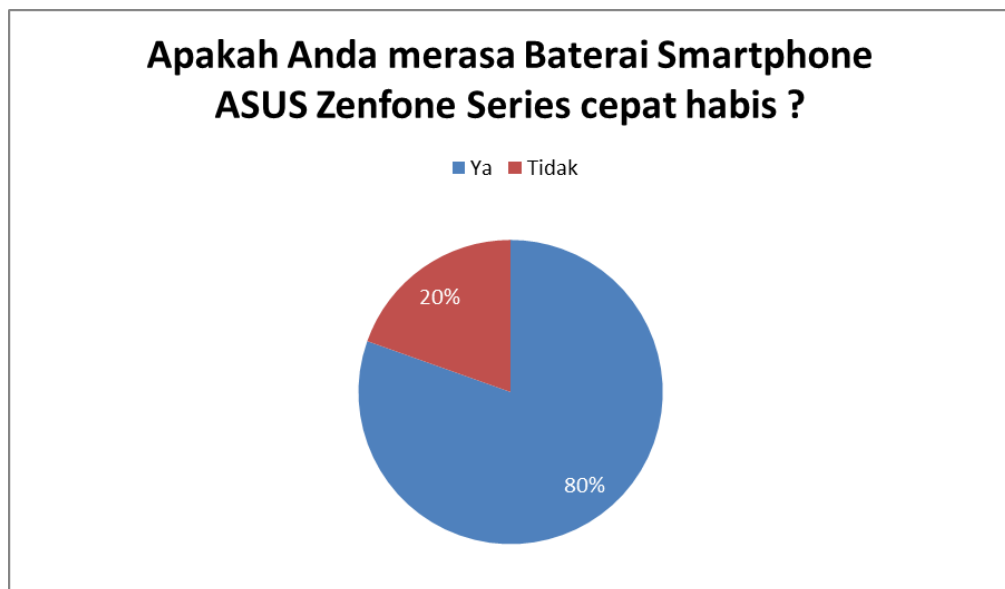
Faktor kedua adalah konsumen mulai merasakan kebosanan terhadap ponsel *Asus Zenfone Series* yang dimilikinya yang disebabkan oleh sikap konsumen yang memiliki kebutuhan mencari variasi. Kebosanan dikarenakan konsumen mulai melihat teknologi yang lebih canggih dan baru pada *smartphone* lain, seperti *smartphone* lain yang memiliki kemampuan fotografi lebih baik dari *Asus Zenfone Series*. Ketika dilakukan pengujian pemotretan baik di dalam maupun di luar ruangan, kamera ASUS sering lambat menentukan titik fokus (Galing, 2017).



**Gambar I.4 Diagram Hasil Survei Awal**

Faktor terakhir yang mempengaruhi perpindahan merek *smartphone* *Asus Zenfone Series* ke *smartphone* lain adalah atribut produk. Atribut produk sebuah *smartphone* dapat dilihat dari fitur-fitur yang dimilikinya. Setiap *smartphone* memiliki keunggulan pada setiap aplikasinya. *Software* pada *smartphone* menjadi pertimbangan karena konsumen sangat menyukai

*smartphone* yang dilengkapi fitur-fitur yang canggih, serta mutu yang dimiliki oleh *smartphone*. Jika ingin membeli sebuah *smartphone*, kurangnya kelengkapan atribut yang canggih seperti tidak didukung dengan fitur *fast charging*, maka memungkinkan menyebabkan konsumen berpindah merek ke *smartphone* lain.



**Gambar I.5 Diagram Hasil Survei Awal**

Berdasarkan survei awal yang peneliti lakukan melalui kuesioner pada mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta, diperoleh informasi bahwa *smartphone* *Asus Zenfone Series* termasuk *smartphone* yang memiliki kelengkapan atribut produk yang masih kurang bila dibandingkan dengan *smartphone* merek lainnya. Oleh karena itu, mahasiswa tersebut lebih memilih untuk membeli *smartphone* lain dibandingkan *smartphone* *Asus Zenfone Series*. Sebab itu, perpindahan merek *smartphone* *Asus Zenfone Series* cukup tinggi.

Pengguna *smartphone Asus Zenfone Series* mengeluhkan bila perangkat yang mereka gunakan sering melakukan *restart* sendiri ([www.asus.com](http://www.asus.com), 2017). Selain itu hitekno.com memuat berita mengenai 5 kelemahan atribut yang dimiliki *smartphone Asus Zenfone Series*. Masalah tersebut di antaranya, belum memakai *port* USB type-C, desain material *body* belakang yang terbuat dari *Polycarbonate*, *Notch* yang terlalu lebar, sistem operasi yang sudah ketinggalan zaman dan tidak mendapat *headset*. Faktor atribut tersebut dapat menyebabkan konsumen melakukan perpindahan ke *smartphone* merek lain.

Pendapat tersebut didukung oleh hasil penelitian terdahulu oleh Arianto (2011:301) bahwa atribut produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perpindahan merek.

Dari pembahasan-pembahasan di atas, peneliti menyimpulkan bahwa perpindahan merek dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti, ketidakpuasan, kebutuhan mencari variasi atribut produk. Berdasarkan latar belakang permasalahan, peneliti tertarik untuk meneliti pengaruh antara ketidakpuasan, kebutuhan mencari variasi dan atribut produk dengan perpindahan merek *smartphone Asus Zenfone Series* ke *smartphone* lain pada mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, maka masalah dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh ketidakpuasan terhadap perpindahan merek *smartphone Asus Zenfone Series* ke *smartphone* lain?



2. Apakah terdapat pengaruh kebutuhan mencari variasi terhadap perpindahan merek *smartphone Asus Zenfone Series* ke *smartphone* lain?
3. Apakah terdapat pengaruh atribut produk terhadap perpindahan merek *smartphone Asus Zenfone Series* ke *smartphone* lain?
4. Apakah terdapat pengaruh ketidakpuasan, kebutuhan mencari variasi dan atribut produk terhadap perpindahan merek *smartphone Asus Zenfone Series* ke *smartphone* lain?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan oleh peneliti, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data empiris dan fakta-fakta yang tepat (sahih, benar, dan valid), serta dapat dipercaya dan diandalkan (*reliable*) tentang:

1. Pengaruh ketidakpuasan terhadap perpindahan merek.
2. Pengaruh kebutuhan mencari variasi terhadap perpindahan merek.
3. Pengaruh atribut produk terhadap perpindahan merek.
4. Pengaruh ketidakpuasan, kebutuhan mencari variasi dan atribut produk terhadap perpindahan merek.

### **D. Kegunaan Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, sebagai berikut:

### 1. Bagi Peneliti

Penelitian ini berguna untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai ketidakpuasan dan kebutuhan mencari variasi terhadap perpindahan merek dengan menerapkan teori-teori yang pernah dipelajari selama mengikuti perkuliahan yang berhubungan dengan masalah pemasaran barang sehingga dapat diharapkan ilmu tersebut dapat diterapkan dengan baik dan benar.

### 2. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan masyarakat untuk mengetahui tentang produk yang akan dibelinya.

### 3. Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

Penelitian ini berguna untuk dijadikan bahan bacaan ilmiah dan referensi bagi peneliti lainnya mengenai ketidakpuasan, kebutuhan mencari variasi dan atribut produk terhadap perpindahan merek.