

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam persaingan di dunia perdagangan pada tahun 2016, khususnya dalam bidang teknologi sudah berkembang dengan sangat pesat. Hampir di setiap negara pasti ada perkembangan teknologi. Dan setiap teknologi terbaru tentu akan ada manfaat bagi banyak orang. Jika dahulu ada teknologi sebuah website yang dapat diakses lewat internet, sekarang sudah ada website toko online sehingga menimbulkan dampak persaingan yang sengit untuk memperebutkan posisi tertinggi terutama dalam bidang teknologi informasi ini (<https://jurnalindonesia.id/kemajuan-teknologi-di-bidang-perdagangan/>, diunduh pada tanggal 4 Oktober 2017). Perusahaan yang ingin berhasil dalam dunia perdagangan teknologi informasi ini harus memiliki strategi pemasaran yang tepat agar perusahaan dapat bertahan dan memenangkan persaingan sehingga tujuan dari perusahaan dapat tercapai dan perusahaan harus mampu memberikan tingkat-tingkat baik keunggulan maupun kualitas yang akan diberikan kepada konsumen. Tujuan dari perusahaan adalah meningkatkan kualitas produk yang diberikan dan eksistensi dari kinerja perusahaan agar dapat mencapai suatu tingkat pertumbuhan tertentu. Menurut Salvatore (2007), Salah satu aktivitas perekonomian yang tidak dapat dilepaskan dari perdagangan internasional adalah aktivitas aliran modal, baik mengenai yang sifatnya masuk maupun keluar dari suatu negara.

Salvatore (2007) menyatakan bahwa secara umum, sebuah negara tidak boleh hanya berekspektasi pada perdagangan internasional, khususnya ekspor sebagai satu-satunya mesin penggerak pertumbuhan ekonomi pada masa sekarang. Kinerja perdagangan Indonesia yang semakin menurun, terlihat dari surplus neraca perdagangan yang semakin menurun (defisit) dari tahun ke tahun patut diwaspadai pemerintah. Pada perkembangan zaman yang semakin modern tahun 2016, khususnya terhadap teknologi informasi, soal canggih dan kecepatan merupakan suatu kebutuhan primer yang penting di kalangan masyarakat pelajar, pekerja, maupun pengusaha. Seiring dengan perkembangan kemajuan teknologi dan tingkat

Pendidikan dimana yang dibutuhkan pada tahun 2016 ini bukan hanya komunikasi saja, melainkan untuk memenuhi kebutuhan pekerjaan, pendidikan, hiburan, urusan bisnis, dan lain-lain. Aktivitas jejaring sosial terus meningkat dari tahun ke tahun terus meningkat terutama dalam mengakses jejaring sosial hingga 84,2% sehingga menyebabkan masyarakat Indonesia membutuhkan teknologi yang lebih canggih, aktivitas jejaring sosial *mobile internet* dapat dilihat pada gambar 1.1 berikut.



Gambar 1.1 (Gambar grafik Aktifitas jejaring sosial yang di unduh dari www.kompasiana.com pada tanggal 4 Oktober 2017).

Pada tahun 2016 ini, perkembangan teknologi informasi di bagian gadget sedang populer di masyarakat. Merek-merek *smartphone* yang beredar di pasaran sekarang ini sangatlah beragam, mulai dari produk Nokia, Lenovo, LG, Blackberry, ASUS, Oppo Sony, Apple, Samsung, dan lain-lain. Persaingan industri *smartphone* di Indonesia menjadi semakin ketat dengan semakin banyaknya brand yang bersaing di bisnis ini. Meski begitu, merek yang sangat mendominasi pangsa pasar di Indonesia adalah Samsung dan Oppo, yang masih kokoh berada di posisi teratas pasar *smartphone* Indonesia pada awal tahun 2017 ini. Dalam data yang dikeluarkan oleh lembaga riset IDC, total penjualan *smartphone* di Indonesia pada kuartal pertama 2017 mencapai 7,3 juta unit. Angka penjualan itu bertumbuh sebesar 13 persen dari tahun ke tahun, akan tetapi menurun sebesar 15 persen dari kuartal ke kuartal. Pasar *smartphone* di Indonesia sudah berubah dengan tindakan dari vendor-vendor asal China dengan strateginya, bukan hanya soal lini produk tetapi secara

keseluruhan juga melakukan kegiatan pemasaran terhadap produk (<https://kumparan.com/jofie-yordan/samsung-oppo-asus-masih-kuasai-pasar-smartphone-indonesia> diunduh pada tanggal 4 Oktober 2017).

Merek produk yang sangat mendominasi Indonesia pada tahun 2016 adalah Apple. Apple sebagai perusahaan multinasional dalam bidang teknologi yang saat ini telah menghadirkan produk andalannya, yaitu iPhone 7. Alasan saya memilih Apple iPhone 7 sebagai objek penelitian adalah produk Apple memiliki kualitas dan mutu yang baik, performa produk yang Apple miliki berbeda dengan smartphone android pada umumnya sehingga menarik untuk diteliti, terutama terhadap konsumen yang berlokasi di Surabaya. Populasi masyarakat menengah ke atas banyak menggunakan iPhone 7 sebagai alat komunikasi yang digunakan untuk bergaya maupun bekerja. Apple merupakan perusahaan teknologi yang berhasil menggabungkan antara hardware dengan software milik mereka sendiri, yang berbeda dengan handphone produk merek lain yang mengandalkan software dari Google (<http://teknokompas.com/read/2016/10/11/20250097/harga.sama.lebih.bai.k.beli.google.pixel.atau.iphone.7.?page=all> , diunduh pada tanggal 4 Oktober 2017). Terlebih lagi Apple iPhone memiliki desain khas tersendiri yang simpel dan mudah dikenal oleh masyarakat khususnya iPhone 7 yang menjadi handphone paling top di awal tahun 2017 ini.

Apple iPhone 7 adalah produk handphone ternama yang dikenal masyarakat Indonesia dengan desain yang mewah, kualitas produk yang terjamin, maupun harga yang diakui oleh masyarakat Indonesia. iPhone 7 merupakan produk unggulan dari Apple yang menjadi produk nomor 1 di mata masyarakat, khususnya masyarakat Indonesia yang menjadikan iPhone produk andalan yang banyak dipakai oleh masyarakat Indonesia (<http://www.liputan6.com>, diunduh pada tanggal 4 Oktober 2017).

Perusahaan Apple terus merinovasi dalam menciptakan produk Apple iPhone 7 yang memiliki kualitas dan kecanggihan yang mampu memenuhi kebutuhan masyarakat modern saat ini. Apple menciptakan iPhone 7 dengan spesifikasi dan fitur-fitur yang paling canggih di bidang teknologi informasi saat ini. Banyak masyarakat Indonesia yang menggunakan iPhone 7 khususnya pada masyarakat golongan menengah ke atas dikarenakan harga untuk handphone ini

cukup tinggi. Rata-rata masyarakat Indonesia yang menggunakan produk Apple iPhone ini juga berdasarkan tingkat perekonomian masyarakat dan tergantung dari jenis iPhone yang digunakan karena spesifikasi dan fitur yang diberikan oleh iPhone 7 berbeda jauh lebih canggih dibandingkan iPhone sebelumnya (<http://www.digitalponse.com/4255/harga-iphone-7/> , diunduh pada tanggal 4 Oktober 2017).



Gambar 1.2 (Gambar penjualan iPhone di Asia yang diunduh dari <http://img2.bisnis.com/bandung/posts/2016/01/28/549047/28-1-apple.jpg> pada tanggal 4 Oktober 2017)

Penjualan iPhone mencatatkan kemerosotan penjualan untuk pertama kalinya dalam 8 tahun terakhir, yang dapat dilihat pada Gambar 1.2 yang menunjukkan penjualan iPhone per kuartal dari tahun 2007 hingga 2015. Apple Inc. menjelaskan dalam laporan keuangan kuartal IV 2016 menyebutkan bahwa penjualan iPhone pada 2016 hanya mencapai 211,88 juta unit. Turun 19,34 juta unit dibanding tahun sebelumnya. Penurunan ini dianggap sebagai masa jenuh para konsumen yang telah mampu membeli setidaknya satu perangkat iPhone. Sejak iPhone diluncurkan pada 2007, nilai penjualan Apple Inc naik dari US\$ 24 miliar menjadi US\$ 233,71 miliar setara Rp 3.048 triliun pada 2015. Walaupun mengalami penurunan penjualan pada 2016, Apple Inc masih tetap menjadi salah satu produsen utama di pasar smartphone Indonesia (<http://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/11/03/2016-untukpertama-kalinya-penjualan-iphone-turun> diunduh pada tanggal 4 Oktober 2017).

Kompetitor di tahun 2017 awal yang dijadikan sebagai persaingan Apple iPhone 7 adalah Samsung Galaxy S8. Sebagai pesaing terdekat, generasi terbaru flagship dari Samsung selalu dibandingkan dengan iPhone. Galaxy S8 yang baru dirilis pun dibandingkan dengan iPhone 7 (inet.detik.com, diunduh pada tanggal 4 Oktober 2017). Di tahun 2016 ini, banyak konsumen penggemar handphone canggih membandingkan produk Apple iPhone 7 dengan Samsung Galaxy S8 yang mana yang paling canggih, banyak orang-orang yang lebih memihak Produk Apple daripada Samsung, tetapi juga ada yang sebaliknya.

iPhone 7 masih tercatat sebagai smartphone yang paling laris di Amerika Serikat. Dalam datanya, iPhone 7 berhasil menguasai gabungan pangsa pasar sebesar 20,1 persen. dibandingkan dengan Galaxy S8 yang hanya mampu merebut 8,1 persen gabungan pangsa pasar di negara yang sama. pangsa pasar Samsung smartphone Android S8 lebih rendah daripada pendahulunya, Galaxy S7 dan Galaxy S7 Edge dengan angka 8,8 persen (<https://www.makemac.com/kantar-iphone-7-paling-laris-di-as-pangsa-pasar-galaxy-s8-anjlok/> diunduh pada tanggal 5 Oktober 2017). Kualitas yang diberikan Apple iPhone 7 tentu berbeda dengan Samsung Galaxy S8. Dari segi ketahanan terhadap benda berat atau tekanan yang besar sampai uji coba ketahanan air dan debu, kedua smartphone inilah yang mampu bertahan dengan baik daripada vendor-vendor merek smartphone lainnya.

Penelitian menunjukkan bahwa *Objective New Product Quality* menjelaskan mengenai pengaruh kualitas produk terhadap akademisi dan praktisi yang telah memicu konsumen dan banyak memperhatikan kualitas yang ada. Kualitas tersebut sudah terlalu sering digunakan dalam produk Apple yang sebelumnya sehingga membuat konsumen mengerti mengenai kualitas dari produk yang ada sebelum produk tersebut dikenalkan kepada masyarakat (Rust *et al.*, 2002). Mengenai kualitas eksternal yang didasarkan persepsi pelanggan terhadap ekstrinsik mengenai isyarat seperti merek, harga, negara asal, atau garansi Apple Iphone 7 yang akan di pasarkan di Indonesia (Teas and Agarwal, 2000).

Hal ini menjelaskan mengenai kualitas produk yang menjadi faktor penting yang berpengaruh dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Kualitas produk adalah faktor penentu dalam kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Kualitas produk adalah suatu bentuk dengan

nilai kepuasan yang kompleks (Hidayat, 2009). Dengan kualitas produk yang baik maka timbul rasa keinginan dan kebutuhan konsumen terhadap suatu produk yang ingin dibutuhkan. Jika mutu dari suatu produk yang diterima lebih tinggi dari yang diharapkan, maka kualitas produk yang dipersepsikan jauh akan memuaskan perusahaan dan konsumen itu sendiri. Apple iPhone 7 memiliki kualitas produk yang terbilang sangat bagus. Gadget ini terbuat dari bahan besi yang memiliki mutu dan ketangguhan sehingga ketahanan gadget ini bagus dan kokoh, gadget ini juga memiliki ketahanan terhadap air dan debu sehingga tidak mudah rusak. Untuk sistem operasi, Iphone menggunakan software chip A10 Fusion yang memiliki kecepatan yang terbaik pada tahun 2016 ini sehingga gadget tersebut tidak lemot dan memiliki respon yang cepat. (Choi and Pucik, 2005), berpendapat bahwa kualitas produk merupakan salah satu isu persaingan utama yang paling penting saat merancang dan meluncurkan produk baru.

Penelitian mengenai *Indirect Network Externalities* menunjukkan bahwa Efek jaringan memiliki suatu pengaruh fenomena dimana nilai produk tidak berdasarkan produk itu sendiri tetapi juga pada produk pelengkap lainnya atau pengguna yang dapat berinteraksi dengan pelanggan itu sendiri (Sahay and Riley, 2003). Indirect berarti menjelaskan bahwa ada nilai produk yang meningkat seiring dengan meningkatnya jumlah produk pelengkap yang muncul di pasaran atau sebaliknya dengan harga yang beragam (Gupta *et al.*, 1999; Nair, Chintagunta, and Dube', 2003; Shankar and Bayus, 2003). Pengaruh dari luar yang terjadi secara tidak langsung terhadap produk Apple iPhone 7 adalah banyaknya accessories yang dapat dimiliki oleh pengguna iPhone ini dengan harga yang terjangkau maupun yang berkualitas dengan harga yang sesuai sehingga berguna sebagai pelengkap maupun sebagai keamanan untuk produk Apple iPhone 7 ini seperti Case hp, Audio Jack untuk headset, powerbank, maupun screenguard sebagai pelindung layar gadget.

Penelitian mengenai *Direct Network Externalities* menunjukkan adanya efek jaringan langsung yang menjelaskan bahwa nilai suatu produk meningkat seperti Apple iPhone yang akan mempengaruhi orang-orang yang akan membuat bertambahnya jumlah pengadopsi yang mengadopsi produk tersebut (Katz and Shapiro, 1986). Adapun juga peningkatan utilitas terhadap jumlah konsumen dari

suatu produk apabila jumlah pengguna dari produk tersebut juga meningkat seperti konsumen yang merasakan kepuasan dengan menggunakan produk Apple iPhone 7 sehingga meningkatkan jumlah pengguna Apple iPhone tersebut dengan adanya testimoni dari konsumen itu sendiri (Katz and Shapiro, 1986; Lee and O'Connor, 2003a; Shapiro and Varian, 1999; Sheremata, 2004).

Sheremata (2004), berpendapat bahwa penelitian mengenai *Switching Costs* menunjukkan adanya biaya pengalihan yang didefinisikan sebagai biaya yang harus dilakukan oleh pelanggan ketika melakukan proses pergantian produk yang beralih dari satu produk ke produk lainnya seperti menambahkan biaya ketika beralih ke produk yang lebih mahal atau mengurangi biaya ketika beralih ke produk yang lebih murah dari produk yang dimiliki pelanggan sebelumnya. Biaya peralihan harus dikaitkan dengan proses peralihan, salah satu dari tindakan ini adalah untuk pengenalan produk baru dari Apple ke pasar karena akan membuat pelanggan tergoda untuk mendapatkan produk baru dari Apple ini sehingga beralih dari penyedia produk sejenis seperti dari Apple iPhone 6 beralih ke iPhone 7 (Eliashberg and Robertson, 1988).

Penelitian mengenai *New Product Performance* haruslah memiliki kualitas produk yang tinggi dan seharusnya tidak memiliki dampak yang besar terhadap performa produk tersebut. Ini berarti menjelaskan bahwa pelanggan cenderung tidak hanya mempertimbangkan kualitas objektif dalam jangka pendek, tetapi juga dalam jangka panjang agar produk yang diterima dapat digunakan dalam waktu yang lama (Kordupelski *et al.*, 1993). Produk baru dari Apple iPhone 7 itu memiliki performa terbaik yang dalam arti lebih cepat saat dipakai dan juga lebih responsif karena software tercanggih yang digunakan, yaitu Chip A10 Fusion dengan RAM sebesar 3GB sehingga kinerja menjadi lebih stabil dan cepat (tech.idntimes.com diunduh pada tanggal 5 Oktober 2017). Kamera yang digunakan oleh iPhone 7 ini juga memiliki tingkat ketajaman yang tinggi seperti kamera SLR, dengan menggunakan Optical Image Stabilization yang mampu mereda guncangan atau getaran ketika ingin mengambil gambar dan juga dapat menangkap cahaya lebih tajam dengan lensa f1.8 yang lebih baik daripada iPhone 6S. Untuk sistem memori, iPhone 7 menggunakan sistem penyimpanan dari iCloud yang merupakan sistem penyimpanan milik Apple sendiri sehingga tidak dapat terkena virus dari luar

maupun dari dalam karena penyimpanan bersifat pribadi yang berarti aman dan hanya bisa dibuka oleh pengguna Handphone ini melalui Touch ID atau code password yang ada.

Berdasarkan pemaparan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka judul dari penelitian tugas akhir ini adalah “**Analisis pengaruh *Objective New Product Quality, Direct Network Externalities, Indirect Network Externalities terhadap New Product Performance melalui Switching Costs pada pengguna iPhone 7 di Surabaya***”.

1.2 Batasan Masalah

Adapun Batasan masalah pada tugas akhir ini adalah penelitian yang dibatasi variabel bebas dan terikat yang digunakan terhadap *objective new product quality, indirect network externalities, direct network externalities, switching cost, dan new product performance*. Pengumpulan data informasi penelitian terhadap pengguna iPhone 7 di Surabaya hanya dibatasi kepada 100 pengguna iPhone 7 di Surabaya selama 1 tahun terakhir sejak peluncuran handphone tersebut.

1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *objective new product quality* berpengaruh signifikan terhadap *switching cost* pada pengguna iPhone 7 di Surabaya?
2. Apakah *indirect network externalities* berpengaruh signifikan terhadap *direct network externalities* pada pengguna iPhone 7 di Surabaya?
3. Apakah *indirect network externalities* berpengaruh signifikan terhadap *switching cost* pada pengguna iPhone 7 di Surabaya?
4. Apakah *direct network externalities* berpengaruh signifikan terhadap *switching cost* pada pengguna iPhone 7 di Surabaya?
5. Apakah *switching cost* berpengaruh signifikan terhadap *new product performance* pada pengguna iPhone 7 di Surabaya?
6. Apakah *objective new product quality* berpengaruh signifikan terhadap *new product performance* pada pengguna iPhone 7 di Surabaya?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi *new product performance* terhadap pengguna iPhone 7 di Surabaya, dengan rincian spesifik sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis *objective new product quality* terhadap *switching cost* pada pengguna iPhone 7 di Surabaya.
2. Untuk menguji dan menganalisis *indirect network externalities* terhadap *direct network externalities* pada pengguna iPhone 7 di Surabaya.
3. Untuk menguji dan menganalisis *indirect network externalities* terhadap *switching cost* pada pengguna iPhone 7 di Surabaya.
4. Untuk menguji dan menganalisis *direct network externalities* terhadap *switching cost* pada pengguna iPhone 7 di Surabaya.
5. Untuk menguji dan menganalisis *switching cost* terhadap *new product performance* pada pengguna iPhone 7 di Surabaya.
6. Untuk menguji dan menganalisis *objective new product quality* terhadap *new product performance* pada pengguna iPhone 7 di Surabaya.

1.5 Manfaat Penelitian

Untuk mengetahui pengaruh dari kualitas produk baru melalui jaringan langsung dan tidak langsung dari *externalities network* dan biaya peralihan yang harus di tanggung terhadap performa produk baru pada pengguna iPhone 7 di Surabaya sehingga dapat dijadikan sarana untuk memperoleh pengetahuan dan lebih memahami pengaruh kualitas produk dan performa produk dengan melakukan praktek langsung dengan teori-teori yang ada.

Dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian berikutnya khususnya dalam meneliti pengaruh kualitas produk baru terhadap performa produk baru.

1.6 Sistematika Penulisan

Guna memudahkan pembahasan, maka penulisan penelitian ini disusun secara sistematis ke dalam beberapa bab sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, batasan masalah. Rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian baik teoritis maupun praktis, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Bab ini berisi teori-teori tentang *objective new product quality*, *indirect network externalities*, *direct network externalities*, *switching cost*, dan *new product performance*. Bab ini juga berisi penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, model penelitian, dan bagan alur berpikir.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi jenis penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional, dan pengukuran variabel serta metode analisis data.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi gambaran umum tentang objek penelitian, yaitu Apple iPhone 7; analisis data, yang meliputi hasil statistik deskriptif, hasil pengujian kualitas data, hasil pengujian hipotesis serta pembahasan dari hasil analisis data tersebut.

BAB V : KESIMPULAN

Bab ini berisi simpulan dari hasil penelitian, implikasi dari hasil penelitian dan rekomendasi untuk mengatasi masalah yang ada dalam penelitian ini.