

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG BERDAMPAK PADA KEPUTUSAN  
PENGGUNA DALAM PEMILIHAN *WEB BROWSER***



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana  
Manajemen

**Oleh:**

**Cindy Angela**

**6031901187**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**PROGRAM SARJANA MANAJEMEN**

**Terakreditasi Unggul oleh BAN-PT No. 2034/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022**

**BANDUNG**

**2023**

**THE IMPACT FACTORS ANALYSIS ON USER'S DECISION IN THE  
WEB BROWSER SELECTION**



**UNDERGRADUATE THESIS**

Submitted to complete a part of requirements for Bachelor's Degree in  
Management

**By:**  
**Cindy Angela**  
**6031901187**

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY**  
**FACULTY OF ECONOMY**  
**PROGRAM IN MANAGEMENT**

**Excellent Accredited by BAN-PT No. 2034/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022**

**BANDUNG**

**2023**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN**



**PERSETUJUAN SKRIPSI**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG BERDAMPAK PADA KEPUTUSAN  
PENGGUNA DALAM PEMILIHAN *WEB BROWSER***

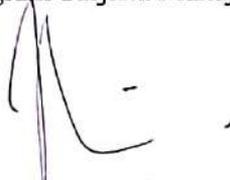
Oleh:

Cindy Angela

6031901187

Bandung, 26 Januari 2023

Ketua Program Sarjana Manajemen,



Dr. Istiharini, CMA., CPM.

Pembimbing Skripsi



Ivan Prasetya, S.E., M.S.M., M.Eng.

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Cindy Angela  
Tempat, tanggal lahir : Bandar Lampung, 07 Maret 2001  
Nomor Pokok Mahasiswa (NPM) : 6031901187  
Program studi : Manajemen  
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

### **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG BERDAMPAK PADA KEPUTUSAN PENGGUNA DALAM PEMILIHAN *WEB BROWSER***

Yang telah diselesaikan di bawah bimbingan: Ivan Prasetya, S.E., M.S.M., M.Eng.

Adalah benar-benar karya tulis saya sendiri:

1. Adapun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dengan jenis telah saya ungkap dan tandai.
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta atau yang disebut plagiat merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak keserajaan.

Pasal 25 Ayat (2) UU. No. 20 Tahun 2003: Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya.

Pasal 70: Lulusan yang karya ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana penjara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp.200 juta.

Bandung,

9 Januari 2023

Pembuat pernyataan:



(Cindy Angela)

## ABSTRAK

Di era teknologi seperti sekarang orang-orang lebih sering mencari informasi menggunakan internet karena dianggap lebih mudah dan praktis. Salah satu media untuk mencari informasi adalah *web browser*. Mozilla Firefox merupakan *web browser* yang paling sering digunakan pengguna *web browser* di Indonesia pada tahun 2012. Namun, seiring dengan perubahan waktu, pada tahun 2022 posisi Mozilla Firefox tergeserkan hingga mengalami penurunan >50% pangsa pasarnya. Peneliti melakukan *preliminary research* kepada baik pengguna maupun orang yang pernah menggunakan dan mendapatkan faktor responden beralih menggunakan *web browser* lain karena faktor *performance*, *features*, dan ekosistem produk.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang membuat pengguna tidak menggunakan Mozilla Firefox dan faktor-faktor yang berdampak pada keputusan pengguna dalam memilih *web browser* utamanya.

Dari tujuan tersebut penelitian ini akan menerapkan *exploratory research* dengan melakukan *depth interview* untuk mendapatkan jawaban dari rumusan masalah dan *applied research* untuk memberikan solusi atas masalah yang ada.

Hasil penelitian menunjukkan faktor kecepatan, tampilan, dan kemudahan merupakan faktor yang responden pertimbangkan dalam memilih *web browser*-nya. Kemudahan bisa diartikan beberapa arti seperti dapat mengakses semua *website*, kelengkapan fitur, dan ekosistem produk.

Kata Kunci: *web browser*, kualitas produk, ekosistem produk, penurunan pengguna aktif, Mozilla Firefox

## ABSTRACT

*In this technological era, people are more likely to search for information using the internet because it is considered easier and more practical. One of the media to find information is a web browser. Mozilla Firefox was Indonesia's most frequently used web browser user in 2012. However, with the changing times, in 2022, Mozilla Firefox's position has shifted so that it has decreased by >50% of its market share. Researchers do preliminary research on users and people who have used and obtained the factor of respondents switching to another web browser due to performance, features, and product ecosystem.*

*This study mainly aims to determine the factors that make users not use Mozilla Firefox and the factors that impact the user's decision to choose a web browser.*

*From these objectives, this research will apply exploratory research with depth interviews to get answers from the formulation of the problem and applied research to provide solutions to existing problems.*

*The results show that the factor of speed, display, and convenience is an important factors that respondents consider when choosing web browsers. Convenience can be interpreted in several ways, such as accessing all websites, completeness of features, and product ecosystem.*

*Keywords: web browser, product quality, product ecosystem, decrease in active users, Mozilla Firefox.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan berkat-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Berdampak Pada Keputusan Pengguna Dalam Pemilihan *Web Browser*”. Penelitian ini dibuat dalam rangka memenuhi syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Pendidikan S1 Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen, Universitas Katolik Parahyangan. Peneliti sadar bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, namun berkat doa dan dukungan dari berbagai pihak peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Orang tua yang selalu mendukung dan mendoakan peneliti.
2. Bapak Ivan Prasetya, S.E., M.S.M., M.Eng. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan motivasi dengan penuh kesabaran dalam proses pembuatan skripsi ini.
3. Ibu Inge Barlian, Dra., Akt., MSc. selaku dosen wali yang memberikan arahan dan informasi selama masa perkuliahan.
4. Ibu Dr. Istiharini, CMA., CPM., selaku ketua program studi S1 Manajemen Universitas Katolik Parahyangan.
5. Silvi Angela selaku kakak kandung peneliti yang selalu memberikan ketenangan dikala peneliti gelisah.
6. Sophie Nathania dan keluarga yang selalu memberikan motivasi dan mendoakan agar proses pembuatan skripsi dapat berjalan dengan baik.
7. Lorensia, Virginia, Tammy, Jejes, Tasha, Fifi selaku sahabat peneliti yang selalu mendukung, menghibur, dan menemani peneliti dikala suka dan duka.
8. Monica, Susan, Christina, Jovita, Michelle, Jason, Fabian yang merupakan teman bermain, belajar, berbagi informasi selama perkuliahan.
9. Seluruh teman satu bimbingan yang telah menjadi penyemangat selama menyusun skripsi.
10. Baby Lessie, ms. Penny, Obit Obitto, Sunny Buneho selaku anak berbulu yang sangat menghibur peneliti dikala peneliti bingung, sedih, dan gelisah.
11. Pihak lain yang terlibat dalam proses penyusunan skripsi ini baik secara tidak langsung maupun secara langsung yang tidak dapat disebutkan.

Peneliti berharap Tuhan selalu memberkati seluruh pihak yang telah berpartisipasi dalam penyusunan skripsi ini. Akhir kata, semoga penelitian yang jauh dari kata sempurna ini dapat memberikan manfaat bagi pihak yang membutuhkannya.

Bandung, 9 Januari 2023

Peneliti,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Cindy Angela', written in a cursive style.

Cindy Angela

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Kerangka Pemikiran.....	11
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>15</b>
2.1 Web Browser.....	15
2.2 Ekosistem Produk.....	15
2.3 Product Quality.....	16
2.3.1 Performance.....	17
2.3.2 Features.....	18
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN.....</b>	<b>22</b>
3.1 Metode Penelitian.....	22
3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	22
3.3 Populasi dan Sampel.....	22
3.4 Profil Responden.....	23
3.5 Operasionalisasi Variabel.....	24
3.6 Triangulasi.....	29
3.7 Teknik Analisa Data.....	30
3.8 Objek Penelitian.....	31
<b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>33</b>
4.1 Hasil Wawancara.....	33
4.2 Hasil Penelitian.....	95
4.2.1 Analisa Faktor-Faktor yang Berdampak Pada Keputusan Pengguna Dalam Memilih <i>Web Browser</i> Utamanya.....	95

4.2.2	Analisa Faktor-Faktor yang Berdampak Pada Pengguna Sehingga Memutuskan Untuk Tidak Menggunakan Suatu <i>Web Browser</i> .....	106
<b>BAB 5</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>109</b>
5.1	Kesimpulan.....	109
5.2	Saran.....	109
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		<b>111</b>
<b>Sumber Internet</b> .....		<b>114</b>
<b>Lampiran</b> .....		<b>115</b>
<b>Pertanyaan Wawancara</b> .....		<b>115</b>
<b>Hasil Wawancara</b> .....		<b>117</b>
<b>Hasil Wawancara Orang yang Tidak Pernah Menggunakan</b>		
<b>Mozilla Firefox</b> .....		<b>117</b>
<b>Responden XM</b> .....		<b>117</b>
<b>Responden XN</b> .....		<b>119</b>
<b>Responden XO</b> .....		<b>123</b>
<b>Responden XP</b> .....		<b>125</b>
<b>Responden XQ</b> .....		<b>127</b>
<b>Hasil Wawancara Orang yang Hanya Menggunakan Mozilla Firefox</b>		
<b>Dalam Satu Tahun Terakhir</b> .....		<b>130</b>
<b>Responden MF</b> .....		<b>130</b>
<b>Responden MG</b> .....		<b>133</b>

<b>Responden MH.....</b>	<b>136</b>
<b>Responden MI.....</b>	<b>138</b>
<b>Responden MJ.....</b>	<b>140</b>
<b>Hasil Wawancara Orang yang Pernah Menggunakan Mozilla Firefox</b>	
<b>Namun Sudah Tidak Menggunakannya Lagi.....</b>	<b>143</b>
<b>Responden PM.....</b>	<b>143</b>
<b>Responden PN.....</b>	<b>146</b>
<b>Responden PO.....</b>	<b>149</b>
<b>Responden PP.....</b>	<b>153</b>
<b>Responden PQ.....</b>	<b>156</b>
<b>Hasil Wawancara Orang yang Menggunakan Lebih Dari Satu</b>	
<b>Web Browser.....</b>	<b>159</b>
<b>Responden LD.....</b>	<b>159</b>
<b>Responden LE.....</b>	<b>163</b>
<b>Responden LF.....</b>	<b>167</b>
<b>Responden LG.....</b>	<b>171</b>
<b>Responden LH.....</b>	<b>174</b>
<b>Riwayat Hidup Peneliti.....</b>	<b>178</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar. 1.1 Diagram <i>Market Share Web Browser</i> di Indonesia Tahun 2022.....	2
Gambar. 1.2 Diagram <i>Market Share Web Browser</i> di Indonesia Tahun 2012-2022.....	2
Gambar. 1.3 <i>Firefox Browser Market Share Worldwide</i> .....	3
Gambar. 1.4 <i>Dekstop Browser Market Share World Wide</i> .....	4
Gambar. 1.5 Alasan Responden Tidak Lagi Menggunakan Mozilla Firefox.....	5
Gambar. 1.6 Alasan Responden Menggunakan Mozilla Firefox.....	6
Gambar. 1.7 Alasan Responden Menggunakan Chrome.....	7
Gambar. 1.8 Alasan Responden Tidak Lagi Menggunakan Chrome.....	8
Gambar. 1.9 Alasan Responden Menggunakan Safari.....	9
Gambar. 3.1 Alur Penelitian.....	29
Gambar. 3.2 Logo Mozilla Corporation.....	33
Gambar. 4.1 <i>Word of Cloud</i> Faktor yang Berdampak Pada Pemilihan <i>Web Browser</i> Responden yang Tidak Pernah Menggunakan Mozilla Firefox.....	48
Gambar. 4.2 Hal yang Disukai Responden yang Tidak Pernah Menggunakan Mozilla Firefox .....	48
Gambar. 4.3 <i>Word of Cloud</i> Faktor yang Berdampak Pada Pemilihan <i>Web Browser</i> Responden yang Menggunakan Mozilla Firefox Dalam Kurun Waktu Satu Tahun.....	61
Gambar. 4.4 Hal yang Disukai Responden yang Menggunakan Mozilla Firefox Dalam Kurun Waktu Satu Tahun.....	75
Gambar. 4.5 <i>Word of Cloud</i> Faktor yang Berdampak Pada Pemilihan <i>Web</i> <i>Browser</i> Responden yang Pernah Menggunakan Mozilla Firefox Namun Sudah Tidak Menggunakannya Lagi.....	75
Gambar. 4.6 Hal yang Disukai Responden yang Pernah Menggunakan Mozilla Firefox Namun Sudah Tidak Menggunakannya Lagi .....	93
Gambar. 4.7 <i>Word of Cloud</i> Faktor yang Berdampak Pada Pemilihan <i>Web</i> <i>Browser</i> Responden yang Menggunakan Lebih Dari Satu <i>Web</i> <i>Browser</i> .....	93

Gambar. 4.8 Hal yang Disukai Responden yang Menggunakan Lebih Dari Satu <i>Web Browser</i> Pada <i>Web Browser</i> -nya .....	93
Gambar. 4.9 <i>Word of Cloud</i> Fitur yang Paling Disukai oleh Responden.....	97
Gambar. 4.10 Fitur Pembagian Profil Pada Chrome.....	98
Gambar. 4.11 Fitur Pembagian Profil Pada Chrome.....	98
Gambar. 4.12 Halaman Utama Mozilla Firefox.....	99
Gambar. 4.13 <i>Mind Map</i> Faktor yang Berdampak Dalam Memilih <i>Web Browser</i> Menurut Responden yang Tidak Pernah Menggunakan Mozilla Firefox.....	101
Gambar. 4.14 <i>Mind Map</i> Faktor yang Berdampak Dalam Memilih <i>Web Browser</i> Menurut Responden yang Hanya Menggunakan Mozilla Firefox Dalam Satu Tahun Terakhir.....	101
Gambar. 4.15 <i>Mind Map</i> Faktor yang Berdampak Dalam Memilih <i>Web Browser</i> Menurut Responden yang Pernah Menggunakan Mozilla Firefox Namun Sudah Tidak Menggunakannya Lagi.....	102
Gambar. 4.16 <i>Mind Map</i> Faktor yang Berdampak Dalam Memilih <i>Web Browser</i> Menurut Responden yang Menggunakan Lebih Dari Satu <i>Web Browser</i> .....	102
Gambar. 4.17 <i>Word of Cloud</i> Faktor yang Responden Pertimbangkan Dalam Memilih <i>Web Browser</i> .....	103
Gambar. 4.18 <i>Word of Cloud</i> Faktor yang Responden Suka Dalam <i>Web Browser</i> yang Dipakai.....	104
Gambar. 4.19 Halaman Utama Chrome.....	105
Gambar. 4.20 Halaman Utama Chrome.....	105
Gambar. 4.21 <i>Word of Cloud</i> Alasan Responden Tidak Menggunakan Lagi Suatu <i>Web Browser</i> .....	107

## DAFTAR TABEL

Tabel. 2.1 Penelitian Terdahulu Mengenai <i>Product Quality</i> .....	18
Tabel. 3.1 Total Responden.....	23
Tabel. 3.2 Operasionalisasi Variabel.....	24
Tabel. 4.1 Wawancara Dengan Responden yang Tidak Pernah Menggunakan Mozilla Firefox.....	34
Tabel. 4.2 Wawancara Dengan Responden yang Hanya Menggunakan Mozilla Firefox Dalam Satu Tahun Terakhir.....	48
Tabel. 4.3 Wawancara Dengan Responden yang Pernah Menggunakan Mozilla Firefox Namun Sudah Tidak Menggunakannya Lagi.....	60
Tabel. 4.4 Wawancara Dengan Responden yang Menggunakan Lebih Dari Satu <i>Web Browser</i> .....	72
Tabel 4.5 Kesimpulan Wawancara Faktor dan Harapan Responden.....	88
Tabel 4.6 Kesimpulan Faktor yang Membuat Responden Tidak Menggunakan Suatu <i>Web Browser</i> .....	106

# BAB 1

## PENDAHULUAN

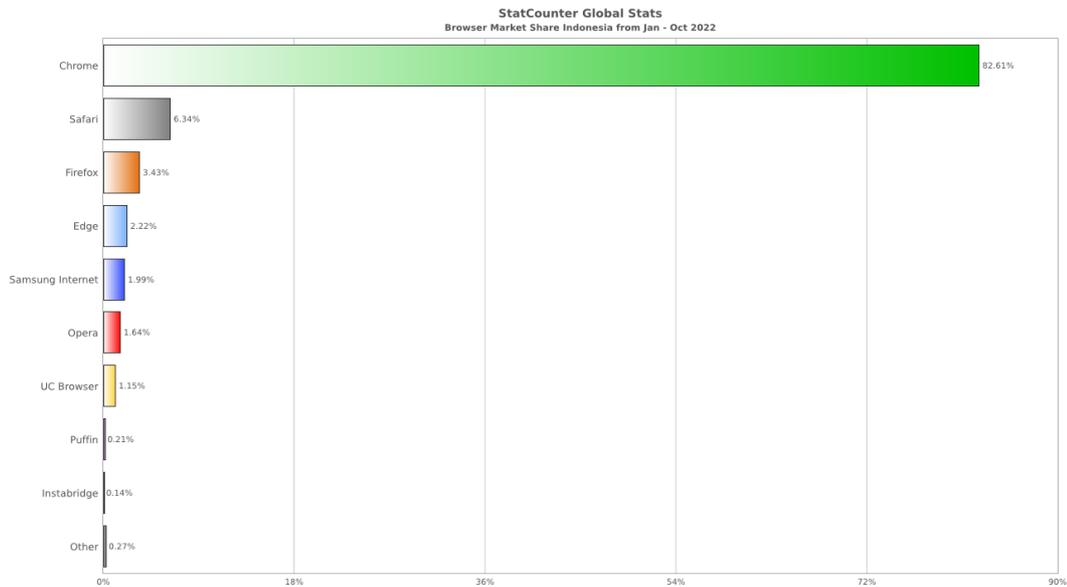
### 1.1 Latar Belakang

Era globalisasi telah mendukung perkembangan perangkat lunak dengan pesat. Perkembangan ini memicu terciptanya perangkat lunak yang memiliki berbagai macam fungsi seperti aplikasi yang berfungsi menelusuri internet atau *web browser*. Menurut Hariani (2021) *web browser* merupakan perangkat lunak berbasis internet yang berfungsi untuk mendapatkan berbagai informasi. Gutsav Pahala Frans (2013) mengartikan *web browser* sebagai sebuah aplikasi untuk media *browsing* dan menjelajahi dunia maya yang dapat diakses melalui *computer* atau *mobile*.

Dikutip dari Wisnu (2020) dalam Hariani (2021), pada mulanya *browser* hanya bisa menampilkan teks, namun seiring dengan perkembangan teknologi *web browser* sudah dapat menampilkan suara dan video. Setiap *web browser* memiliki tampilan desain, fitur, dan performa kinerjanya masing-masing sehingga *user* akan mempunyai pengalaman yang berbeda terhadap setiap *web browser* yang pernah mereka gunakan. Terdapat beberapa *web browser* yang sering dipakai oleh pengguna *web browser* di Indonesia diantaranya adalah Chrome, Safari, dan Mozilla Firefox. **Gambar 1.1** menunjukkan pada tahun 2022 Chrome menempati urutan teratas dalam *market share* yang diikuti oleh Safari, dan Mozilla Firefox.

**Gambar. 1.1**

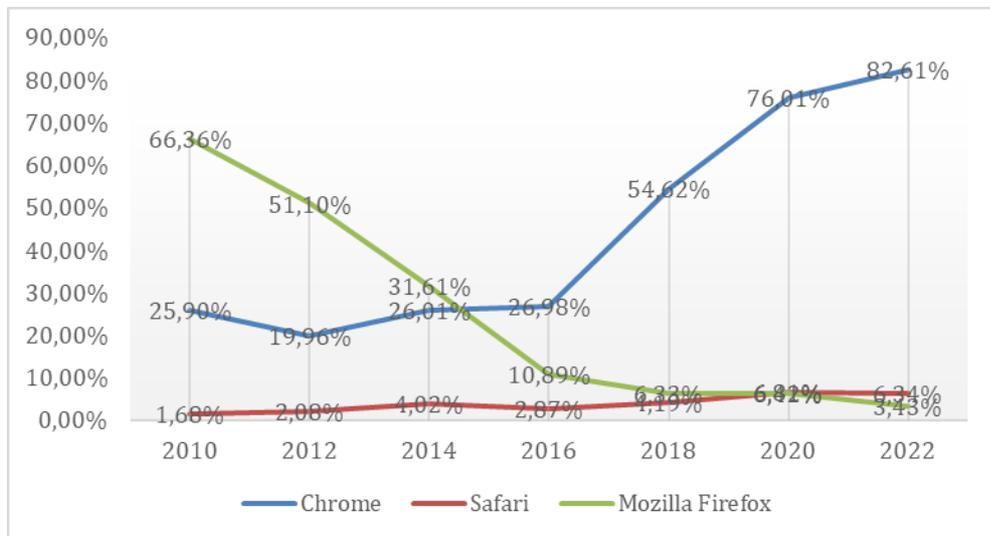
**Diagram *Market Share Web Browser* di Indonesia Tahun 2022**



Sumber: *Browser Market Share World Wide.*

**Gambar. 1.2**

**Diagram *Market Share Web Browser* di Indonesia Tahun 2012-2022**



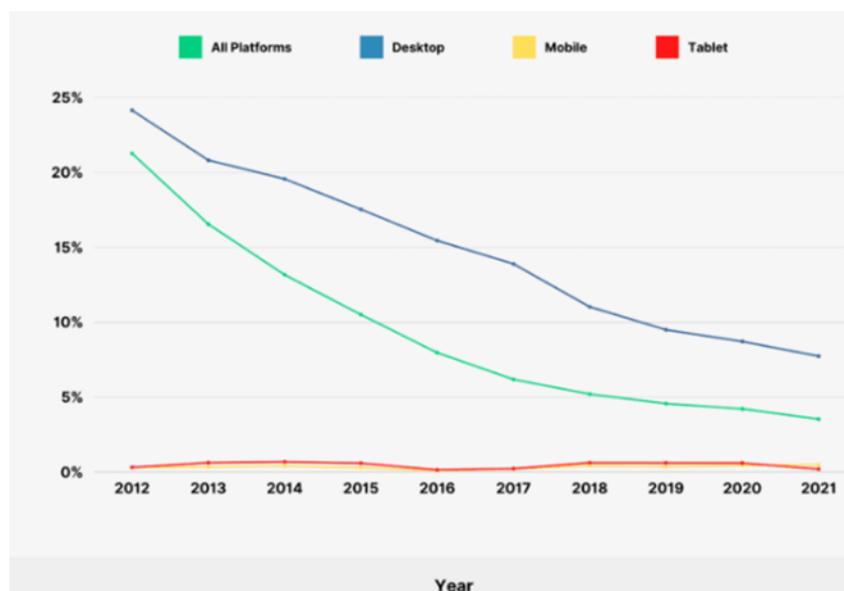
Sumber: *Browser Market Share World Wide*

Di sisi lain, pada **Gambar 1.2** peneliti menemukan data tahun 2012 dimana Mozilla Firefox menempati urutan ke-1 dalam *market share browser* di Indonesia. Jika dibandingkan antara tahun 2012 dan 2022, pada tahun 2012 Mozilla Firefox menjadi *web browser* yang paling banyak dipakai oleh pengguna *web browser* di Indonesia, namun di tahun 2022 posisi Mozilla Firefox tergeserkan oleh Chrome dan Safari. Dikutip dari *Firefox Public Data Report (2022)* penurunan *market share* Mozilla Firefox juga diikuti dengan menurunnya pengguna aktif *web browser* tersebut dimana pada awal Januari 2022 Mozilla memiliki pengguna aktif di Indonesia sebesar 8.900.499, sedangkan pada Desember 2022 turun menjadi 7.689.500 pengguna.

Selain itu, pada **Gambar 1.3** dan **Gambar 1.4** peneliti menemukan data *market share* pengguna Mozilla Firefox pada *desktop* di seluruh dunia mengalami tren yang menurun. Berdasarkan observasi peneliti, Mozilla Firefox telah memperbaiki kualitas dari layanannya sendiri dari waktu ke waktu, namun *market share* dan jumlah pengguna aktif Mozilla Firefox terus mengalami penurunan. Jika hal ini dibiarkan secara terus menerus, Mozilla Firefox berpeluang untuk hilang dari industri *web browser* di seluruh dunia.

**Gambar. 1.3**

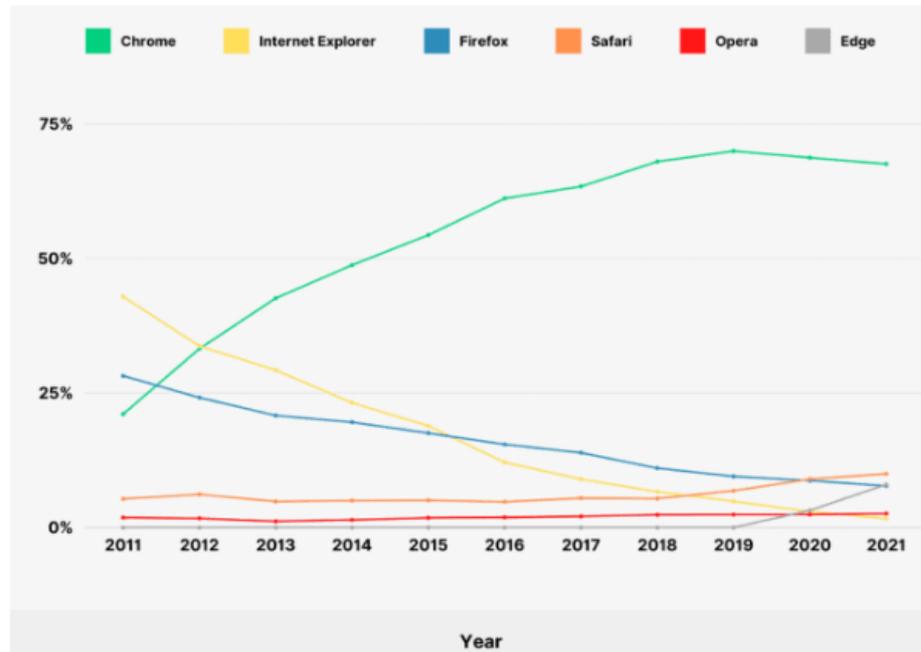
***Firefox Browser Market Share Worldwide***



Sumber: Backlinko

Gambar. 1.4

*Dekstop Browser Market Share World Wide*

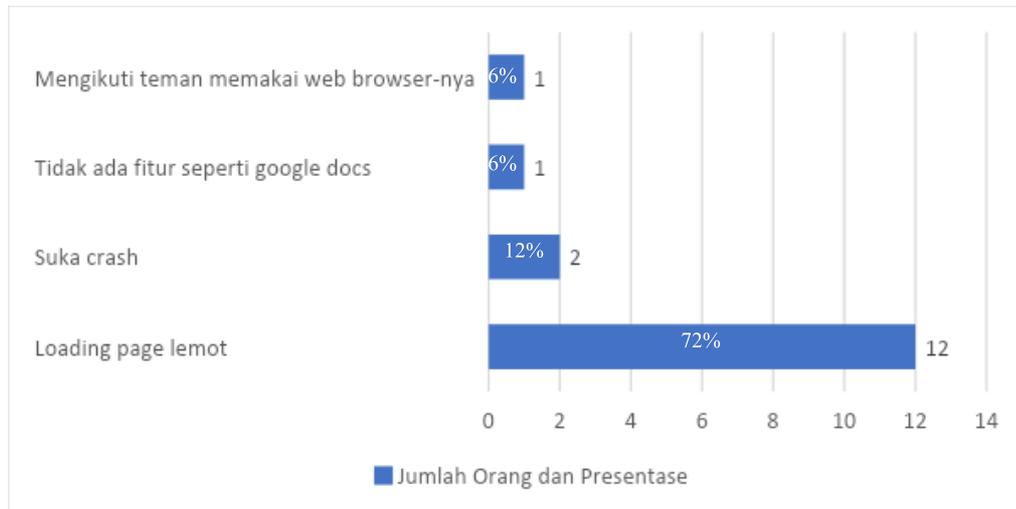


Sumber: Backlinko

Melihat fenomena tersebut, akhirnya peneliti melakukan *preliminary research* kepada 17 responden yang pernah menggunakan Mozilla Firefox dan sudah tidak memakainya lagi. Berdasarkan hasil *preliminary research* kepada 17 responden tersebut, peneliti menemukan responden tidak menggunakan Mozilla lagi karena berbagai alasan, berikut alasan responden tidak lagi menggunakan Mozilla Firefox:

**Gambar. 1.5**

**Alasan Responden Tidak Lagi Menggunakan Mozilla Firefox**



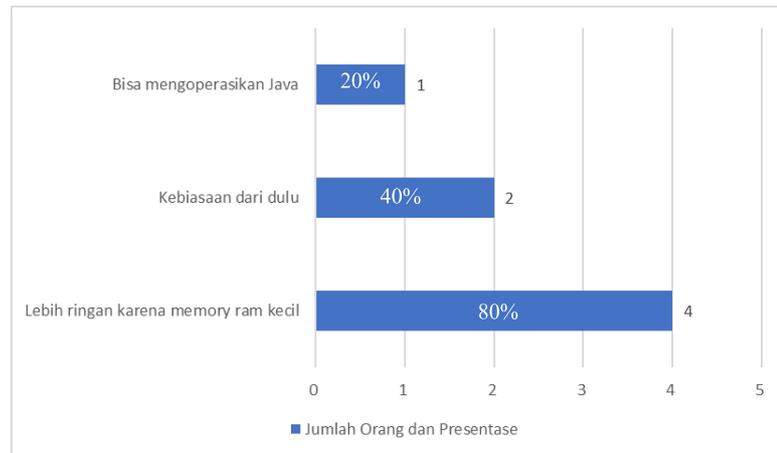
Sumber: Pengolahan Data oleh Peneliti

Berdasarkan hasil wawancara kepada 17 responden yang pernah menggunakan Mozilla Firefox namun sudah tidak menggunakannya lagi, didapati alasan terbanyak adalah karena Mozilla Firefox memiliki *loading page* yang cukup memakan waktu. Peneliti menemukan bahwa akibat *web browser* tersebut memiliki *loading page* yang lambat, responden memutuskan untuk beralih menggunakan *web browser* lain. Selain itu, 12% mengatakan Mozilla Firefox suka *crash* serta 6% responden mengatakan Mozilla tidak ada fitur seperti *google docs* dan terdapat juga 6% responden menggunakan *web browser* yang dipakai oleh temannya.

Lalu peneliti juga bertanya kepada 5 responden lainnya yang masih menggunakan Mozilla Firefox. Alasan responden masih menggunakan *web browser* tersebut adalah sebagai berikut:

**Gambar. 1.6**

**Alasan Responden Menggunakan Mozilla Firefox**



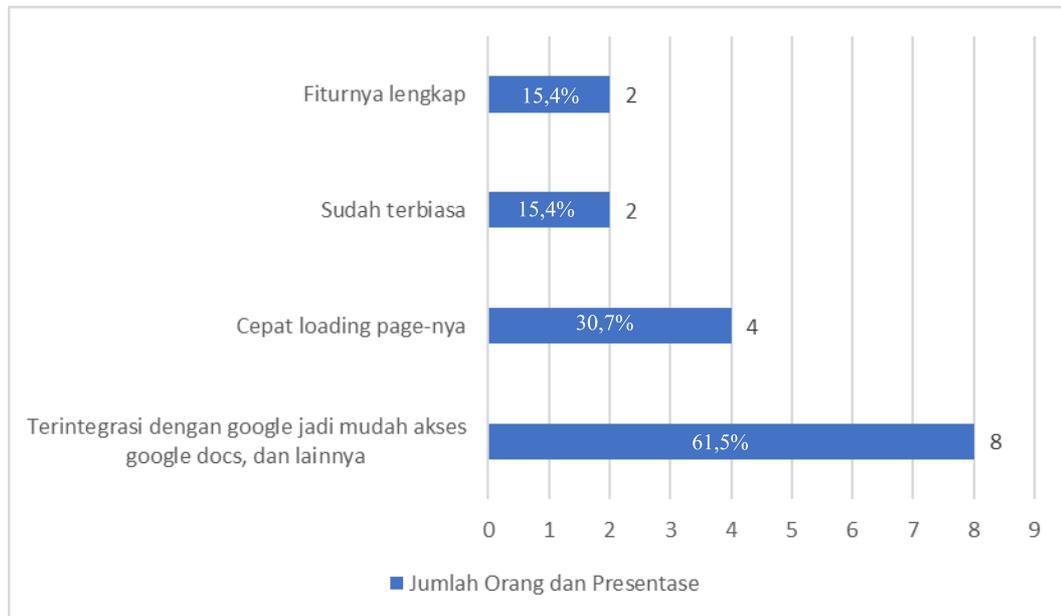
Sumber: Pengolahan Data oleh Peneliti

Berdasarkan hasil wawancara kepada 5 responden yang masih menggunakan Mozilla Firefox, alasan terbanyak mereka masih menggunakan adalah karena Mozilla Firefox lebih ringan dibandingkan *web browser* lainnya yang ada pada komputer/laptop responden. Lebih ringan karena memiliki ram kecil berarti *web browser* tersebut tidak memberatkan laptop/komputer saat dipakai. Selain itu, 40% responden masih menggunakan Mozilla Firefox karena sudah terbiasa dengan tampilan dan pengalaman menggunakan *web browser* tersebut. Berdasarkan observasi peneliti, kualitas laptop atau komputer yang digunakan juga berdampak pada pengoperasian *web browser*. Namun, pada penelitian ini, peneliti hanya akan fokus membahas aplikasi *web browser*.

Sebagai pembandingan, peneliti juga mewawancarai pengguna Chrome dan Safari dimana kedua *web browser* tersebut secara berurutan menempati urutan pertama dan kedua *market share web browser* di Indonesia pada tahun 2022. Berikut merupakan alasan 13 responden menggunakan Chrome:

**Gambar. 1.7**

**Alasan Responden Menggunakan Chrome**



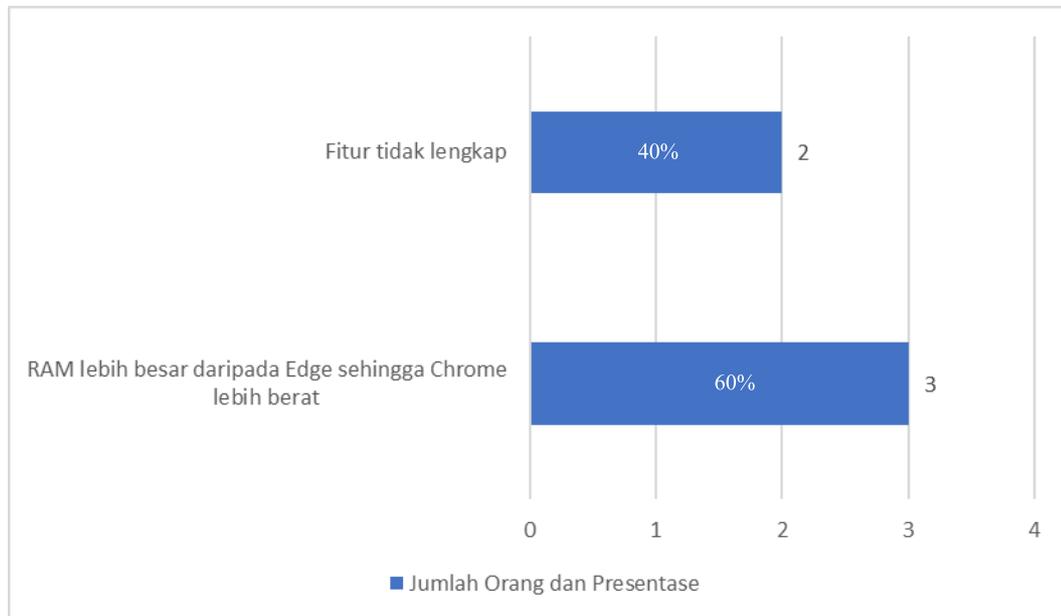
Sumber: Pengolahan Data oleh Peneliti

Berdasarkan hasil wawancara di atas, 61,5% responden mengatakan bahwa mereka menggunakan Chrome karena *web browser* tersebut terintegrasi dengan Google, sehingga responden merasa hal tersebut mempermudah mereka dalam mengakses *Google Docs*, *Google Sheets*, *Google Meet*, dan produk Google lainnya. Selain itu, 30,7% responden mengatakan bahwa mereka menggunakan Chrome karena cepat pada *loading page*-nya dan 15,4% responden merasa fitur pada Chrome lengkap dan sudah terbiasa menggunakan *web browser*-nya.

Di sisi lain, peneliti juga mewawancarai 5 orang yang pernah menggunakan Chrome, namun sudah tidak menggunakannya lagi, berikut hasilnya:

**Gambar. 1.8**

**Alasan Responden Tidak Lagi Menggunakan Chrome**

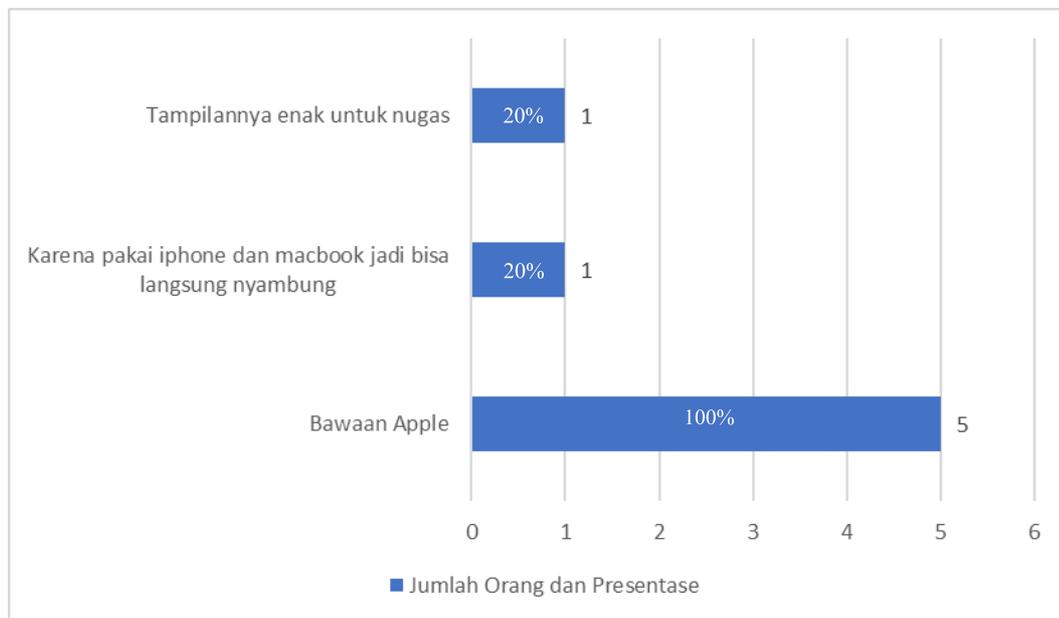


Sumber: Pengolahan Data oleh Peneliti

Dari hasil wawancara yang peneliti lakukan, 60% responden menjawab *web browser* Chrome lebih berat di komputer mereka karena lebih memakan RAM daripada Microsoft Edge. Selain itu, menurut 40% responden mengatakan fitur pada Chrome tidak lengkap, sehingga responden beralih menggunakan *web browser* lain yang memiliki fitur yang lengkap.

Selain itu, peneliti juga mewawancarai 5 orang yang menggunakan Safari sebagai *web browser* utamanya. Berikut alasan responden menggunakan Safari:

**Gambar. 1.9**  
**Alasan Responden Menggunakan Safari**



Sumber: Pengolahan Data oleh Peneliti

Berdasarkan hasil wawancara kepada orang yang menggunakan Safari sebagai *web browser* utamanya, alasan terbanyak responden menggunakan Safari adalah karena *web browser* tersebut merupakan *web browser default* pada produk Apple. Selain menjadi *browser default* pada produk Apple, pengguna yang memakai serangkaian produk Apple secara bersama-sama seperti iPhone dan MacBook, mereka akan merasa lebih mudah menggunakan Safari karena dapat terhubung langsung antara iPhone dan MacBook yang digunakan.

Selanjutnya, peneliti mendapati alasan 2 responden yang pernah menggunakan Safari namun sudah tidak menggunakannya lagi, yaitu satu diantara dua responden tidak menggunakan Safari lagi karena *add-on* pada *web browser* tersebut sedikit. Lalu, alasan responden kedua tidak menggunakan Safari lagi adalah karena Safari lambat dan terdapat *website* yang tidak bisa diakses menggunakan Safari.

Berdasarkan hasil fenomena di atas peneliti melihat ketika memilih *web browser* utamanya, kualitas produk saja tidak cukup. Meskipun terdapat beberapa pengguna yang hanya mengutamakan kualitas produknya, namun terdapat faktor lain yang berdampak pada keputusan pengguna dalam memilih

*web browser* yang akan digunakannya dalam sehari-hari. Jika berkaca dari pengguna Chrome dan Safari yang secara berurutan memegang *market share* tertinggi pertama dan kedua di Indonesia pada tahun 2022, terdapat faktor ekosistem produk yang membuat pengguna bertahan.

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti melihat alasan responden menggunakan dan tidak menggunakan suatu *web browser* karena berbagai faktor. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Faktor-Faktor yang Berdampak Pada Keputusan Pengguna dalam Pemilihan *Web Browser***”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dari penjabaran di atas, peneliti membuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana faktor yang berdampak pada pengguna dalam memilih *web browser* utamanya?
2. Bagaimana faktor yang berdampak pada pengguna sehingga memutuskan untuk tidak menggunakan suatu *web browser*?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui faktor-faktor yang berdampak pada pengguna dalam memilih *web browser* utamanya.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang membuat pengguna tidak menggunakan suatu *web browser*.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Dengan adanya penelitian ini, peneliti harap penelitian ini bisa memberikan manfaat bagi:

- Bagi akademisi  
Memperluas wawasan pengetahuan akademisi mengenai cara meneliti menggunakan metode kualitatif. Selain itu, dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman teori yang digunakan.

- Bagi pelaku usaha  
Sebagai sarana informasi terkait masalah yang dihadapi oleh perusahaan dan dapat menjadi sumber solusi serta pertimbangan agar perusahaan dapat memperbaiki masalah yang ditemukan pada penelitian ini.

## 1.5 Kerangka Pemikiran

Di era digital seperti sekarang orang dapat dengan mudah untuk mencari segala sumber informasi melalui internet. Media yang biasa dipakai untuk mencari informasi di internet adalah *web browser*. Seiring dengan perkembangannya, banyak perusahaan yang mengeluarkan aplikasi *web browser* yang berkualitas sehingga persaingan antara perusahaan semakin ketat, sehingga setiap perusahaan perlu bersaing untuk menarik calon *user* dan menciptakan strategi untuk mempertahankan penggunanya.

Mozilla Firefox merupakan *web browser* yang dikeluarkan perusahaan Mozilla yang dirilis pada September 2002. Berdasarkan fenomena di atas, pada mulanya Mozilla Firefox menjadi *web browser* yang paling banyak dipakai oleh pengguna *web browser* di Indonesia, namun seiring dengan perubahan waktu jumlah pengguna aktif Mozilla Firefox terus mengalami penurunan. Dari hasil *preliminary research* yang dilakukan oleh peneliti, penurunan jumlah pengguna aktif Mozilla Firefox disebabkan oleh aplikasi Mozilla Firefox yang cukup memakan waktu pada *loading page*-nya. Ketika mencari informasi di internet, dapat dipastikan semua orang ingin mendapatkan informasi yang mereka butuhkan dengan cepat. Di luar dari kecepatan internet pengguna, kecepatan *web browser* juga berdampak pada proses kecepatan mengakses informasi.

Menurut Garvin (1987) dalam Guru & Paulssen (2018) *performance* mengacu pada karakteristik operasi utama produk seperti kecepatan jelajah, kejernihan suara dan gambar. Tjiptono (2000) dalam Mardiana (2021) *performance* adalah aspek fungsional dari suatu barang dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan dalam menggunakan produk tersebut. Kotler & Armstrong (2016) mendefinisikan *performance* sebagai kapabilitas produk dalam menjalankan fungsinya. Seperti pada *web browser*,

aspek *performance* dapat dipertimbangkan dari kinerja aplikasi yang cepat. Produk yang berkualitas memiliki kinerja yang baik atau sesuai harapan pengguna. Jika produk yang dibuat tidak sesuai dengan harapan pengguna, maka dapat dipastikan pengguna akan beralih menggunakan produk lain untuk memenuhi kebutuhan dan harapannya.

Selain itu, peneliti melakukan wawancara kepada responden yang tidak menggunakan Mozilla Firefox mengenai alasan mereka bertahan menggunakan *web browser* yang mereka pakai. Peneliti mendapati alasan pengguna Chrome bertahan adalah karena mereka pengguna produk Google seperti *Google Mail*, *Google Docs*, *Google Meet*, dan lainnya sehingga mereka merasa lebih mudah mengakses produk Google tersebut menggunakan Chrome. Selain itu, peneliti juga mendapati alasan pengguna Safari bertahan adalah karena Safari merupakan *web browser* bawaan pada produk Apple yang memudahkan penggunaannya dengan terhubungnya Safari pada MacBook dan iPhone pengguna.

Hal tersebut didukung oleh Williams et al. (2016) yang mengatakan bahwa banyak produk yang tadinya berdiri sendiri kini bergantung pada produk lain. Meskipun *web browser* dapat berdiri sendiri tanpa bantuan produk lain, namun dengan terhubung dengan produk lain diduga memiliki dampak terhadap seseorang dalam memilih *web browser* yang akan digunakan sebagai *web browser* utamanya. Dikutip dari Williams et al. (2016) istilah "Ekosistem Produk" paling sering digunakan untuk berbicara tentang produk yang terhubung satu sama lain. Seperti Yin, D., et al. (2020) menyatakan perusahaan harus belajar membangun ekosistem di sekitar produk untuk mendapatkan keunggulan kompetitif. Ekosistem produk dibuat ketika bisnis menawarkan beberapa produk atau layanan pelengkap bagi pelanggan mereka untuk dibeli dan digunakan bersama-sama. Tujuan dari ekosistem produk adalah untuk menyederhanakan kehidupan pelanggan dengan menyediakan produk atau layanan yang dapat digunakan untuk berbagai kebutuhan.

Dikutip dari Jacobides (2022) ekosistem biasanya menunjukkan sekelompok produk dan layanan yang terhubung. Contohnya seperti ekosistem Google (*Searching*, *Maps*, *Youtube*, dan *Google Mail*). Selain itu, dalam ekosistem Apple semua produk dan layanan yang berbeda dikelompokkan dan secara

bersama-sama ditawarkan Apple kepada pelanggannya, mulai dari produk berupa barang seperti iPhone hingga perangkat lunak seperti *streaming music*, TV, dan lainnya.

Selain itu, kelengkapan fitur juga menjadi alasan responden beralih menggunakan *web browser*, karena bagi beberapa orang fitur dianggap sangat berguna dalam memenuhi kebutuhannya. Tjiptono (2019) dalam Sembhodo & Hermawati (2021) menyatakan fitur merupakan fitur tambahan pada produk. Tjiptono (2000) dalam Mardiana (2021) mengartikan *features* sebagai aspek yang berguna dalam menambahkan fungsi dasar produk, berkaitan dengan pilihan produk dan gambar. Berdasarkan pengertian di atas, peneliti menyimpulkan bahwa *features* merupakan *item* tambahan yang melengkapi fungsi suatu produk dimana hal tersebut dapat memudahkan pengguna.

Perusahaan perlu memperhatikan faktor apa saja yang dapat membuat pengguna bertahan agar tidak kehilangan pengguna aktifnya. Lambat, fitur tidak lengkap, dan *web browser* lain terintegrasi dengan Google merupakan alasan terbanyak yang peneliti temukan ketika pengguna meninggalkan *web browser*-nya. Meskipun faktor perbedaan kualitas laptop/komputer juga memiliki dampak, namun penelitian ini dibatasi untuk meneliti dari aspek *web browser*-nya saja.

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti akan menggunakan ketiga teori yang telah disebutkan, yaitu (*performance*, ekosistem produk, dan *feature*) sebagai teori pedoman untuk dilakukan wawancara yang mendalam kepada responden, sehingga peneliti dapat menemukan jawaban dari rumusan masalah dalam penelitian ini. Penelitian ini akan membahas faktor-faktor apa yang dapat berdampak pada keputusan pengguna dalam memilih *web browser* utamanya dan faktor-faktor apa yang membuat pengguna tidak menggunakan suatu *web browser*. Lalu, dari wawancara yang mendalam tersebut peneliti akan mencari tahu apakah terdapat faktor lain selain ketiga faktor di atas yang dapat menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini.