



Analisis Evaluasi Merek Smartphone Samsung Galaxy Series A

Sabilla Anggraini

Universitas Bina Bangsa

Khayatin Nopus

Universitas Bina Bangsa

Syamsul Hidayat

Universitas Bina Bangsa

JL Raya Serang - Jakarta, KM. 03 No. 1B, Panancangan, Kec. Cipocok Jaya, Kota Serang, Banten 42124

Korespondensi penulis: billaanggraini205@gmail.com

***Abstract** The aim of this research is to analyze the influence of product attributes, price, the need to seek variety and dissatisfaction on the decision to switch brands to the Samsung Galaxy series. The results of the research show that product attributes and price have a negative and significant effect on the decision to switch brands, while the need to seek variety and dissatisfaction have a positive and positive effect. significant impact on brand change decisions. In order to avoid brand switching, the company developed a marketing strategy by innovating product attributes, setting prices in accordance with consumer needs. Apart from that, Samsung's strategy is to attract potential buyers by providing attractive promotions and discounts. Companies must continuously create a brand image for Samsung brand smartphones. This is done as an effort to build a strong brand. Through a strong brand image, companies can satisfy customers and minimize customers' need to look for product variations outside of Samsung brand smartphones.*

***Keywords:** product attributes, price, need for variety, dissatisfaction and brand switching decisions*

Abstrak Tujuan penelitian ini menganalisis pengaruh atribut produk, harga, kebutuhan mencari variasi dan ketidakpuasan terhadap keputusan perpindahan merek samsung Galaxy series. Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut produk dan harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan perpindahan merek, sedangkan kebutuhan mencari variasi dan ketidakpuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan perpindahan merek. Perusahaan harus terus menerus menciptakan citra merek terhadap smartphone merek samsung. Hal ini dilakukan sebagai upaya membangun merek yang kuat. Melalui citra merek yang kuat perusahaan dapat memuaskan pelanggan dan meminimisasi pelanggan untuk mencari variasi produk di luar smartphone merek samsung.

Kata Kunci: atribut produk, harga, kebutuhan mencari variasi, ketidakpuasan dan Keputusan perpindahan merek.

LATAR BELAKANG

Persaingan bisnis yang semakin ketat ditandai dengan perkembangan zaman yang semakin modern ini tidak lepas dari kecanggihan teknologi informasi smartphone atau ponsel cerdas. Sudah menjadi informasi umum dan merupakan alat komunikasi yang sudah menjadi kebutuhan primer bukan lagi kebutuhan sekunder bagi masyarakat dalam menjalani aktifitas sehari-hari terutama masyarakat perkotaan.

Teknologi smartphone pertama kali diperkenalkan oleh BellSouth yang bernama Simon, dirancang oleh IBM pada 1992. Di Indonesia, Nokia Communicator 9000 muncul sebagai pelopor ponsel pintar pada tahun 1996, dengan bentuk menyerupai komputer tangan yang unik. Produk ini disambut baik oleh pasar, terutama konsumen menengah keatas. Selanjutnya tahun 2002 muncul BlackBerry pertama dari Research In Motion (RIM) yang sempat terkenal dan menguasai pasar di Indonesia, berkat fitur BBM (BlackBerry Messenger). Beberapa tahun terakhir Samsung mulai menjadi fenomena, produk galaxy series yang mengusung OS Android mampu menggait pasar mengalahkan pesaing-pesaingnya di dunia. Beberapa merek smartphone yang bersaing di Indonesia yaitu, Samsung, Apple, Nokia, Sony, LG dan pendatang baru yang sudah banyak mengambil hati para konsumen seperti produk dari cina yaitu Xiaomi, Oppo, Lenovo dan Huawei, serta produk asli Indonesia seperti Evercoss, Smartfren dan Mito tentunya dengan keunggulan fitur yang terdapat di masing-masing perangkat. Smartphone memiliki teknologi tinggi dengan Operating System (OS) yang banyak dikenal saat ini ialah Android, IOS, RIM Blackberry dan Windows Phone dilengkapi berbagai fitur seperti sosial media, layanan internet, pemutar video, kamera, email, dan alat penyimpan data sebagai penunjang kebutuhan yang diperlukan oleh konsumen dalam menggunakan alat komunikasi smartphone.

KAJIAN TEORITIS

Kualitas Produk

Menurut Kotler (2008: 44) kualitas adalah karakteristik dari produk dalam kemampuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan dan

bersifat laten. Konsumen yang merasa puas Akan kembali membeli, dan mereka Akan memberi tahu calon konsumen yang lain tentang pengalaman baik mereka dengan produk tersebut. Faktor produk (kualitas produk) tidak diragukan lagi mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Kepuasan pelanggan sangat berkaitan erat dengan kualitas. Kualitas memuaskan yang sudah dirasakan konsumen memberikan kepuasan terhadap keinginan konsumen dan memenuhi kebutuhan konsumen dapat berpengaruh

besar terhadap persepsi konsumen terhadap produk tersebut. Persepsi positif ini memberikan keuntungan tersendiri bagi perusahaan dan image dari produk itu sendiri.

Pengembangan produk

Pengembangan produk adalah proses perubahan yang dilakukan terhadap produk yang sudah ada sekaligus proses pencarian inovasi untuk menambah nilai terhadap barang lama dengan mengkonversikannya ke dalam produk tersebut. Pengembangan produk adalah strategi dan proses yang dilakukan oleh perusahaan dalam mengembangkan produk, memperbaiki produk lama, atau memperbanyak kegunaan produk ke segmen pasar yang ada dengan asumsi bahwa konsumen menginginkan unsur-unsur baru mengenai produk, Marisi Butarbutar (2020).

METODE PENELITIAN

POPULASI DAN SAMPEL

Populasi dari penelitian ini adalah konsumen pengguna Samsung Galaxy series dari kalangan remaja, masyarakat, hingga mahasiswa Universitas Bina Bangsa. Dalam penelitian ini melibatkan pengumpulan data dari responden dengan menyebarkan kuissoner Survei dapat dilakukan secara daring (online) atau secara tatap muka. Dan memfokuskan sampel penelitian pada kalangan remaja, masyarakat dan mahasiswa universitas bina bangsa yang menggunakan smartphone Samsung Galaxy Series. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner dilakukan secara online terdapat 200 responden yang bersedia untuk mengisi kuesioner, sehingga total sampel yang digunakan adalah sebanyak 200 sampel.

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode analisis kuantitatif. Tujuan utama dari teknik ini adalah untuk mengolah, menganalisis, dan menginterpretasikan data berbentuk angka. Teknik analisis data merupakan langkah yang terpenting untuk memperoleh temuan-temuan hasil penelitian.

TEKNIK ANALISIS DATA

Teknik analisis data ini menggunakan data kuantitatif yang terkumpul dan ditetapkan oleh peneliti sebanyak 200 responden yang merupakan pengguna Samsung Galaxy seri A di Universitas Bina Bangsa dan kalangan remaja. Adapun kategori yang digunakan yaitu usia dan jenis kelamin. Berdasarkan usianya, mayoritas pengguna berusia 16 – 29 tahun dengan persentase 200% yaitu 200 responden. Berdasarkan jenis kelamin, mayoritas pengguna produk berjenis kelamin perempuan paling tinggi dengan persentase 59,5% yaitu 119 responden dan yang berjenis kelamin laki-laki dengan persentase 40,5% 81 responden.

INSTRUMEN PENELITIAN

Perilaku Kosumen menyangkut masalah keputusan yang diambil seseorang dalam persaingannya dan penentuan untuk mendapatkan dan memper-gunakan barang dan jasa. Menurut Kotler (2009) perilaku konsumen mempelajari bagaimana individu, kelompok

dan organisasi memilih, membeli, memakai dan membuang barang, jasa, gagasan atau pengalaman dalam rangka memuaskan kebutuhan dan hasrat mereka.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data dengan menyusun berskala (liket) yang akan didistribusikan kepada calon responden menggunakan google formulir. Skala yang digunakan pada google formulir memiliki skor 1-4 dengan keterangan :

Skor 1 (Sangat Tidak Setuju)

Skor 2 (Tidak Setuju)

Skor 3 (Setuju)

Skor 4 (Sangat Setuju)

sesuai asli dengan kondisi responden saat menjawab pertanyaan tersebut.

Pertanyaannya :

1. Handphone Samsung memiliki fitur kamera yang sangat jernih?
2. Apakah Samsung merupakan merek handphone yang terkenal sehingga mudah menjualnya kembali dengan nilai jual kembalinya yang tetap tinggi.
3. Mungkinkah Samsung merupakan merek handphone yang paling di minati di kalangan remaja saat ini ?
4. Samsung memiliki RAM yang sangat tinggi dibanding merek handpone yang lain?
5. Mungkinkah Samsung adalah handpone yang paling menarik desain nya diantara smartphone yang lain?
6. Samsung adalah handphone dengan kemampuan penangkapan sinyal yang kuat?
7. Samsung adalah handphone dengan inovasi desain dan teknologi yang tinggi?

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara online kepada para pengguna smartphone samsung. Waktu penyebaran dan pengumpulan kuesioner berlangsung selama 27 hari terhitung dari 31/12/2023 sampai dengan 23/01/2024, penelitian ini memperoleh responden sebanyak 200 orang. Peneliti menggunakan kuesioner survei dengan aplikasi GFrom melalui akun email peneliti yang berlaku selama 27 hari kemudian saya menyebarkan kuesioner kepada social media yaitu grup whatsapp teman universitas serta teman rumah. setelah semua data terkumpul selama 27 hari saya menarik data tersebut dan di expor ke excel dan di excel terlihat data-data yang sudah di expor dari aplikasi GFrom selanjutnya di olah menggunakan SPSS . Responden tersebut merupakan sampel yang mewakili populasi dari penelitian ini, gambaran mengenai

responden yang dijadikan sampel penelitian dikategorikan berdasarkan karakteristiknya yaitu jenis kelamin, usia, sehingga pertanyaan-pertanyaan yang dibuat.

Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 1. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

Kategori	Jumlah	Persentase
Laki-laki	81 responden	40,5
Perempuan	119 responden	59,5 %

Berdasarkan tabel 1.diatas dapat dilihat bahwa responden dari penelitian ini mayoritas berjenis kelamin perempuan. Sebanyak 59,5% atau 119 responden yang mengisi kuesioner penelitian ini. Sebaliknya, berjenis kelamin laki-laki sebanyak 40,5% atau 81 responden yang mengisi kuesioner penelitian ini. Dapat disimpulkan bahwa perempuan lebih banyak menggunakan smartphone samsung dibandingkan dengan lelaki.

Berdasarkan Usia

Tabel 2. Karakteristik Responden Menurut Umur

Kategori	Jumlah	Persentase
16 Tahun	1	0,5%
17 Tahun	3	1,5%
18 Tahun	22	11,3%
19 Tahun	24	12,3%
20 Tahun	75	36,4%
21 Tahun	42	26,6%
22 Tahun	14	7,2%
23 Tahun	3	1,5%
24 Tahun	3	1,5%
25 Tahun	5	2,5%
26 Tahun	2	1%
27 Tahun	1	0,5%
28 Tahun	1	0,5%
29 Tahun	3	1,5%

Berdasarkan tabel.2 diatas dapat dilihat bahwa responden dari penelitian ini yang merupakan pengguna handphone Samsung yaitu mayoritas berusia 20-21 tahun sebanyak 36,4% atau 26,6 % responden yang mengisi kuesioner berusia 21 tahun, usia 18 - 19 tahun memiliki presentase 11,3% atau 12,3 sebanyak 22 responden dan 24 responden, usia 25 tahun yaitu 2% atau 5 responden yang mengisi. Lalu usia 17,23,24,dan 29 memiliki nilai

yang sama 1,5%.dan yang berusia 26 tahun sebanyak 1% atau 2 orang responden. Dan usia 16,27,28 tahun memiliki nilai terendah yaitu 0,5% atau memiliki 1 orang responden. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa usia 20/21 tahun memiliki nilai tertinggi dalam penggunaan handphone Samsung.

Uji Validitas dan Uji Reabilitas

Pengujian Validitas dilakukan untuk mengetahui valid tidaknya suatu kuisisioner dari masing-masing variable tersebut.Uji validitas yang telah dilakukan dalam penelitian ini ditampilkan dalam tabel berikut :

Tabel.3 Hasil Uji Validitas
Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	200	99.5
	Excluded ^a	1	.5
	Total	201	100.0

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PERTANYAAN 1	39.08	22.150	.373	.718
PERTANYAAN 2	39.15	21.827	.337	.719
PERTANYAAN 3	39.40	21.175	.454	.705
PERTANYAAN 4	39.55	19.827	.633	.678
PERTANYAAN 5	39.31	20.185	.577	.687
PERTANYAAN 6	39.14	22.121	.358	.719
PERTANYAAN 7	39.07	20.960	.529	.698
Y	21.13	6.063	1.000	.643

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut. Jadi validitas ingin mengukur ingin mengukur apakah pernyataan dalam kuisisioner yang sudah dibuat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak diukur.Hal ini dapat disimpulkan bahwa hasil perhitungan Validitas dan Reabilitas menunjukkan semua butir pada pertanyaan kuesioner tersebut dapat dikatakan valid. Karena korelasi setiap butir lebih besar dari 0.03.

Uji Reabilitas

Tabel.4 Hasil Uji Reabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items

.729	8
------	---

Kuisisioner dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dapat menggunakan rumus Cronbach's Alpha, sebagai berikut perhitungan bahwa nilai Cronbach's Alpha adalah $0,729 > 0,06$ dapat disimpulkan bahwa pengujian tersebut dianggap reliabel karena nilai Cronbach's Alpha $> 0,06$.

3. Uji Normalitas

Tabel.5 Hasil Uji Asumsi Normalitas

		Unstandardized Residual
N		200
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.000000
	Std. Deviation	53.76418449
Most Extreme Differences	Absolute	.052
	Positive	.035
	Negative	-.052
Test Statistic		.052
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Uji normalitas berfungsi sebagai pengujian apakah model regresi pada penelitian memiliki residual yang terdistribusi dengan normal (Ghozali, 2016). Sebuah data dapat dikatakan baik digunakan untuk menganalisis dan menjelaskan suatu fenomena apabila data tersebut memiliki distribusi secara normal atau memiliki normalitas data.

Hasil output SPSS diatas dapat dilihat bahwa nilai Asymp. Sig (2-tailed) adalah 200 yakni lebih besar dari signifikan 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

4. UJI DESKRIPTIF

Tabel.6 Hasil Uji Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	200	1	4	3.18	.522
X2	200	1	4	3.11	.640
X3	200	1	4	2.86	.639
X4	200	1	4	2.71	.699
X5	200	1	4	2.95	.693
X6	200	1	4	3.12	.545
X7	200	1	4	3.19	.605
Y	200	1	200	100.50	57.879
Valid N (listwise)	200				

Berdasarkan Hasil Uji Deskriptif diatas dapat kita gambarkan distribusi data yang di dapat adalah :

1. Variabel X1, dari data diatas bisa di simpulkan bahwa nilai minimum yaitu 1 sedangkan nilai maximumnya sebesar 4 dan mean/rata-rata adalah 3.18 lalu standar deviasinya adalah 0,522
2. Variabel X2, dari data diatas bisa di simpulkan bahwa nilai minimum yaitu 1 sedangkan nilai maximumnya sebesar 4 dan mean/rata-rata adalah 3.11 lalu standar deviasinya adalah 0,640
3. Variabel X1, dari data diatas bisa di simpulkan bahwa nilai minimum yaitu 1 sedangkan nilai maximumnya sebesar 4 dan mean/rata-rata adalah 2.86 lalu standar deviasinya adalah 0,639
4. Variabel X1, dari data diatas bisa di simpulkan bahwa nilai minimum yaitu 1 sedangkan nilai maximumnya sebesar 4 dan mean/rata-rata adalah 2.71 lalu standar deviasinya adalah 0,699
5. Variabel X1, dari data diatas bisa di simpulkan bahwa nilai minimum yaitu 1 sedangkan nilai maximumnya sebesar 4 dan mean/rata-rata adalah 2.95 lalu standar deviasinya adalah 0,693
6. Variabel X1, dari data diatas bisa di simpulkan bahwa nilai minimum yaitu 1 sedangkan nilai maximumnya sebesar 4 dan mean/rata-rata adalah 3.12 lalu standar deviasinya adalah 0,545
7. Variabel X1, dari data diatas bisa di simpulkan bahwa nilai minimum yaitu 1 sedangkan nilai maximumnya sebesar 4 dan mean/rata-rata adalah 3.19 lalu standar deviasinya adalah 0,605

PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini mendukung peneliti yang menyatakan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone Samsung Galaxy Series. Kualitas produk dengan keputusan pembelian sangat erat kaitanya, karena konsumen sebelum melakukan pembelian menempatkan kualitas produk sebagai salah satu pertimbangan penting dalam pengambilan keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian yang meneliti tentang pengaruh faktor perilaku konsumen dalam keputusan Evaluasi Merek Smartphone. Seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Risva Muhrisul Ahwar di Universitas Muhammadiyah Surakarta (2016) tentang Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pengevaluasian Merek Smartphone Samsung. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi berpengaruh signifikan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji pengaruh terhadap keputusan pembelian handphone Samsung Galaxy A Series dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana. Berdasarkan hasil yang telah didapatkan dan hasil analisis serta pembahasan yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan, yaitu terdapat pengaruh terhadap pembelian Handphone Samsung Galaxy A Series. Ketidakpuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan perpindahan merek.

Saran dari peneliti kepada perusahaan Samsung Group untuk terus menerapkan strategi pemasaran terkait dengan kualitas produk serta desain produk yang menarik pada handphone Samsung Galaxy A Series mengingat besarnya minat konsumen dalam membeli produk berdasarkan kualitas dan desain yang selama ini telah diberikan oleh handphone Samsung Galaxy A Series.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, C. 2007. Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Karakteristik Kategori Produk, dan Kebutuhan Mencari Variasi terhadap Keputusan Perpindahan Merek (Survey Produk Susu, Teh, dan Kopi). *Jurnal Arthavidya*, Tahun 8, Nomor 1, hal. 120-134.
- Dharmmesta, B.S., dan Shellyana, J. 2002. Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Karakteristik Produk, dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Keputusan Perpindahan Merck. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia* Vol 17, Na 1, 91-104.
- Chandra, J. (2012). Pengaruh Faktor Promosi, Kualitas Produk, Dan Ketidakpuasan Terhadap Perpindahan Merek. *Jurnal Ilmu Manajemen* Vol. 2 No. 3 Hal. 857 - 867. Volume 2, No. 3, Hal. 18 - 23e.
- Dianti, I. (2016).
Pengaruh Atribut Produk. Harga. Variety Seeking Dan Ketidakpuasan Konsumen Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Smartphone Di Mataram. *Jurnal Sangkareang Mataram*. Vol7. No.3. Hal. 113 - 121.
- Febriantari. (2016). Analisis Pengaruh Harga. Desain Produk, Kualitas Produk, Iklan, Dan Mencari Variasi Terhadap Perpindahan Merek Pada Pembelian Smartphone Android (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta). Publikasi. Universitas PGRI Yogyakarta.
- Mandagi, A.L.V., Kalangi, J, A, F., Mukuan, D, S, S., 2018. Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Android di Gerai IT Center Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol 6 (4), 54-61

- Putra, Felisianus Dwito Unggala. 2017. Pengaruh Keluarga, Kelompok Referensi, dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Android Merek Samsung (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Sanata Dharma Yogyakarta).
- Kotler, P & Amstrong, (2012). Marketing Management 14th Edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Mowen, J. Minor, M. (2012). Perilaku konsumen. Jakarta: Erlangga.
- Peter, J. Olson. (2002). Perilaku konsumen dan strategi pemasaran. Terjemahan. Jakarta: Erlangga
- Nugroho, Nico Hardian 2010. Skripsi "Pengaruh Iklan Media Cetak dan Brand Image Terhadap Keputusan Membeli Handphone Merek Nokia (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang
- Rofiq, A. (2017). Analisis Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Mencari Variasi, Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Dari Smartphone Merek Lain Ke Merek Xiaomi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta