

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Smartphone Samsung

Nandi Rasdiana Sri Sandro^{1*}, **Muh. Asdar**², **Andi Aswan**³

^{1*}Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Hasanuddin

²Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Hasanuddin

³Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Hasanuddin

Abstrak

Studi pada Konsumen Smartphone Samsung di Kabupaten Biak Numfor ini bertujuan untuk meneliti bagaimana kualitas produk mempengaruhi kebahagiaan konsumen terhadap ponsel Samsung. Penelitian ini bersifat kuantitatif. Kualitas produk dan kebahagiaan konsumen masing-masing merupakan variabel independen dan variabel dependen dalam penelitian ini. Konsumen ponsel Samsung di Kabupaten Biak Numfor merupakan kelompok sasaran penelitian ini. Sampel sebanyak 100 responden diperoleh dengan menggunakan metode non-probability sampling dan strategi purposive sampling. Metode pengumpulan data yang digunakan meliputi survei, tinjauan literatur, dan dokumentasi. Dengan menggunakan SPSS versi 13, analisis regresi linier adalah metode analisis data yang digunakan. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa, untuk ponsel Samsung, kualitas produk (X) secara signifikan mempengaruhi kebahagiaan pengguna (Y).

Kata Kunci: Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen

Abstract

Study on Samsung Smartphone Consumers in the Biak Numfor District's goal is to examine how product quality affects customer happiness with Samsung cellphones. This investigation is quantitative in nature. Product quality and consumer happiness are the study's independent variables and dependent variable, respectively. Consumers of Samsung smartphones in the district of Biak Numfor make up the study's target group. A sample of 100 respondents was obtained using the non-probability sampling method and a purposive sampling strategy. Utilized data collection methods included surveys, literature reviews, and documentation. Using SPSS version 13, linear regression analysis is the data analysis method employed. The findings of this study show that, for Samsung cellphones, product quality (X) significantly influences user happiness (Y).

Keywords: *Product Quality and Consumer Satisfaction.*

Copyright (c) 2023 Nandi Rasdiana Sri Sandro

✉ Corresponding author :

Email Address : nandi.rsri7@gmail.com

PENDAHULUAN

Perindustrian elektronik di Indonesia telah berkembang dengan sangat pesat. Hampir diseluruh kegiatan manusia terdapat peran teknologi di dalamnya. Kebutuhan akan pengetahuan sangatlah penting, seiring dengan kemajuan teknologi. Sangat penting untuk memiliki alat komunikasi sebagai media yang efisien untuk

mempermudah mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Salah satu teknologi yang dibutuhkan saat ini adalah smartphone. Di Indonesia dan juga negara-negara lain di seluruh dunia, smartphone sudah banyak digunakan.

Tidak diragukan lagi, smartphone adalah teknologi yang mudah diterima oleh masyarakat umum. Smartphone merupakan alat elektronik yang efektif dan efisien dalam memenuhi kebutuhan masyarakat untuk berkomunikasi. Kebutuhan masyarakat akan Smartphone yang terus meningkat membuat para produsen Smartphone kian bersaing dalam meningkatkan minat para konsumen untuk membeli serta menggunakan produknya.

Selain status Samsung saat ini sebagai pembuat smartphone terkemuka, Samsung adalah salah satu merek smartphone terkenal yang secara signifikan mendominasi pasar. Samsung merupakan salah satu perusahaan elektronik berasal dari Korea Selatan, dengan sistem operasi Android sebagai kesuksesan Samsung di pasar Smartphone. Samsung konsisten dengan kualitas dari produk yang dihasilkan. Samsung juga mengeluarkan produk smartphone baru setiap tahunnya. Dapat diartikan bahwa Samsung selalu berinovasi agar tidak ketinggalan dengan para pesaingnya. Akan tetapi, penjualan Smartphone Samsung di Indonesia mengalami penurunan dalam beberapa waktu terakhir. Hal ini didukung oleh data yang diperoleh dari perusahaan riset Internasional Data Corporation dalam

Tabel A.1. Jumlah Volume Pengiriman Smartphone pada 5 Perusahaan teratas di Indonesia berdasarkan kuartal tahun 2022

Perusahaan	Q1 2022	Q2 2022	Q3 2022
OPPO	1.8 Juta	2.0 Juta	1.9 Juta
Samsung	2.1 Juta	1.9 Juta	1.8 Juta
Vivo	1.5 Juta	1.7 Juta	1.5 Juta
Xiaomi	1.3 Juta	1.5 Juta	1.1 Juta
Realme	1.1 Juta	1.2 Juta	0.9 Juta
Lainnya	1.1 Juta	1.3 Juta	1.0 Juta
Jumlah	8.9 Juta	9.6 Juta	8.1 Juta

Sumber: International Data Corporation, 2023 (Data diolah)

Berdasarkan tabel A.1. yang memuat data yang telah diolah dari perusahaan riset IDC menunjukkan bahwa volume pengiriman Smartphone Samsung di Indonesia mengalami penurunan. Terlihat pada kuartal 1 tahun 2022, Smartphone Samsung memimpin pasar dengan jumlah volume pengiriman Smartphone sebanyak 2.1 juta unit. Namun pada kuartal 2 tahun 2022, jumlah volume pengiriman Smartphone Samsung menurun menjadi 1.9 juta unit. Sedangkan pada kuartal 3 tahun 2022, Smartphone Samsung hanya memperoleh jumlah volume pengiriman sebanyak 1.8 juta unit.

Pada kuartal 2 dan kuartal 3 tahun 2022, posisi Samsung sebagai pemimpin pasar Smartphone digeser oleh pesaingnya yaitu OPPO. OPPO berhasil menjual Smartphonenya pada kuartal 2 tahun 2022 sebanyak 2.0 juta unit dan 1.9 juta unit di kuartal 3 tahun 2022. Sedangkan merek lainnya yaitu Vivo, Xiaomi, dan Realme berada di posisi selanjutnya dengan jumlah volume pengiriman yang mengalami fluktuasi.

Hal ini mengindikasikan bahwa betapa pentingnya Samsung mempertahankan kualitas produk agar posisi Samsung sebagai pemimpin pasar Smartphone tidak tergeser oleh pesaing. Kepuasan konsumen terhadap Smartphone Samsung di Lippo Plaza Kramat Jati, Jakarta Pusat, secara signifikan dipengaruhi oleh faktor-faktor yang berkaitan dengan kualitas produk, menurut penelitian Pratiwi dan Sitinjak.

Tujuan dan sasaran perusahaan adalah untuk memperluas dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Dalam pasar yang kompetitif, kapasitas perusahaan untuk mendominasi pasar menentukan kemampuannya untuk berhasil mencapai tujuannya. Samsung diharapkan dapat mengatasi masalah penurunan penjualan dengan lebih mengamati faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

Apa pun yang dapat dipasok ke pasar untuk dipertimbangkan, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi untuk memuaskan keinginan pelanggan disebut sebagai produk. Karena banyaknya produk Smartphone yang tersedia di Indonesia, konsumen harus memilih dari berbagai macam produk yang masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan. Akibatnya, konsumen harus sangat berhati-hati saat memilih produk yang akan memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Salah satu tugas penting yang harus dilakukan dan difokuskan oleh setiap bisnis adalah mempertahankan pelanggan saat ini. Kepuasan dan ketidakpuasan konsumen dipengaruhi oleh pengalaman konsumen dengan produk atau layanan perusahaan. "Kepuasan dan ketidakpuasan konsumen merupakan konsep penting yang perlu dipahami perusahaan atau para pelaku bisnis karena dapat mempengaruhi keputusan konsumen selanjutnya." (Gaol, Hidayat, & Sunarti, 2016).

Kualitas produk merupakan faktor yang sangat penting bagi suatu perusahaan jika ingin produk yang dipasarkan dapat bersaing di dunia bisnis. Dengan istilah lain, suatu barang atau jasa dianggap berkualitas jika berfungsi atau memiliki nilai guna yang diharapkan. Kualitas adalah metrik untuk menentukan apakah suatu barang atau jasa memiliki nilai guna yang diinginkan.

Salah satu elemen kunci dalam menentukan seberapa puas pelanggan terhadap suatu produk adalah kualitas produk. Sebagai faktor yang paling sering dipikirkan oleh pembeli, kualitas produk telah muncul sebagai kebutuhan pasar yang penting. Kotler dan Armstrong (2008) menyatakan bahwa kapasitas produk atau jasa untuk memuaskan permintaan konsumen secara eksplisit maupun implisit menentukan tingkat kualitas produk atau jasa. Kinerja suatu barang atau jasa secara langsung dipengaruhi oleh kualitas. Akibatnya, nilai dan kepuasan konsumen terkait erat dengan kualitas.

Apabila konsumen membandingkan barang yang dijual perusahaan dengan barang yang dijual oleh pesaing, mereka dapat menggunakan karakteristik atau indikator tertentu untuk membantu perusahaan mempertahankan keunggulan kompetitifnya. Indikator-indikator ini mencakup hal-hal seperti fungsionalitas, kekokohan, kesesuaian dengan persyaratan, fitur, ketergantungan, penampilan, dan kesan kualitas (Alnando & Hutapea, 2021).

Agar konsumen dapat memilih untuk membeli atau menggunakan produk perusahaan, setiap bisnis harus menggunakan berbagai teknik. Konsumen biasanya mempertimbangkan kualitas produk atau layanan saat memutuskan untuk membeli atau tidak, di antara hal-hal lainnya. Temuan penelitian oleh Ramdhani dan Widyasari dari tahun 2022, yang menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki dampak yang baik dan cukup besar terhadap kepuasan konsumen di Pati, mendukung hal ini. Temuan penelitian ini konsisten dengan temuan penelitian Mardiana, yang mengungkapkan bahwa kualitas produk secara signifikan mempengaruhi kepuasan pengguna smartphone merek Samsung di Jakarta.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penulis melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Smartphone Samsung (Studi pada Konsumen Smartphone Smartphone di Kab. Biak Numfor)”.

METODOLOGI

Teknik penelitian kuantitatif akan digunakan dalam penelitian ini untuk menilai bagaimana kualitas produk mempengaruhi kebahagiaan konsumen. Tujuan dari penelitian kuantitatif adalah untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan, menurut Sugiyono (2019). Penelitian kuantitatif merupakan pendekatan penelitian yang berlandaskan pada ideologi positivisme dan digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Data dikumpulkan dengan menggunakan peralatan penelitian. Peneliti akan membulatkan hingga 100 partisipan jika jumlah sampel minimal 96 partisipan terpenuhi untuk penelitian ini.

Para peneliti menggunakan prosedur pengumpulan data berdasarkan tinjauan literatur dan penyebaran kuesioner atau survei untuk mengumpulkan data dan berbagai hipotesis untuk mendukung penelitian ini. Pengujian instrumen digunakan dalam metode analisis data. Ketika sebuah skala pengukuran sesuai dengan tujuan yang dimaksudkan dan memberikan hasil yang diinginkan, maka skala tersebut dikatakan sah. Karena tidak dapat mengukur atau melakukan tindakan yang diperlukan jika skala pengukuran tidak valid, maka tidak ada gunanya bagi peneliti (Kuncoro, 2013). Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur seberapa sering keandalan alat ukur dapat diandalkan. Jika alat pengukur secara konsisten memberikan hasil yang sama setelah beberapa kali pengukuran, maka hasil tersebut dapat dipercaya (Fatmawati & Lubis, 2020). Tujuan dari uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah variabel pengganggu atau residual dalam model regresi memiliki distribusi normal (Ghozali, 2013).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penyajian Data Karakteristik Responden

Penyebaran kuesioner yang dilakukan peneliti di Kabupaten Biak Numfor diperoleh sebanyak 100 responden yang mengisi kuesioner. Hasil didapatkan dari data responden berdasarkan jenis kelamin, merek Smartphone yang digunakan saat ini dan pernah atau sedang menggunakan atau memiliki Smartphone merek Samsung. Berikut hasil pengumpulan data yang diperoleh

Tabel C.1. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Responden	Presentase (%)
Laki-Laki	39	39%
Perempuan	61	61%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah (2023)

Berdasarkan tabel C.1 tentang karakteristik jenis kelamin responden, terlihat sebanyak 39 pria merupakan bagian dari seluruh responden, yang terdiri dari 39%, dan 61 wanita merupakan 61% sisanya, yang merupakan mayoritas. Hal ini menunjukkan bahwa karena ponsel Samsung sangat mudah digunakan, maka wanita lebih cenderung menggunakannya.

Tabel C.2. Karakteristik Responden berdasarkan Merek Smartphone yang digunakan saat ini

Merek Smartphone	Responden	Persentase (%)
OPPO	34	34%
Samsung	15	15%
Vivo	18	18%
Xiaomi	12	12%
Realmi	6	6%
Others	15	15%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah (2023)

Berdasarkan tabel C.2 mengenai karakteristik merek Smartphone yang digunakan oleh responden, terlihat bahwa sebanyak 34 responden menggunakan Smartphone OPPO, 15 responden menggunakan Smartphone Samsung, 18 responden menggunakan Smartphone Vivo, 12 responden menggunakan Smartphone Xiaomi, 6 responden menggunakan Smartphone Realme dan sisanya menggunakan Smartphone merek lain.

Tabel C.3. Karakteristik Responden berdasarkan pernah menggunakan atau membeli Smartphone Samsung

Keterangan	Responden	Persentase (%)
Pernah menggunakan Smartphone Samsung	47	47%
Pernah membeli dan memiliki Smartphone Samsung	53	53%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah (2023)

Berdasarkan tabel C.3 mengenai karakteristik responden yang pernah menggunakan atau membeli hingga memiliki Smartphone Samsung, terlihat bahwa sebanyak 47 responden pernah atau sedang menggunakan Smartphone Samsung dan 53 responden pernah membeli dan memiliki Smartphone Samsung.

Tabel C.4 Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian

Variabel	Item	Nilai Corrected Item Total Correlation / r_{hitung}	Sig.	R_{tabel}	Kriteria
----------	------	---	------	-------------	----------

	X1.1	0,546	0,000	0,1966	Valid
	X1.2	0,667	0,000	0,1966	Valid
	X2.1	0,607	0,000	0,1966	Valid
	X2.2	0,688	0,000	0,1966	Valid
	X3.1	0,745	0,000	0,1966	Valid
	X3.2	0,639	0,000	0,1966	Valid
Kualitas Produk (X)	X4.1	0,692	0,000	0,1966	Valid
	X4.2	0,607	0,000	0,1966	Valid
	X5.1	0,705	0,000	0,1966	Valid
	X5.2	0,769	0,000	0,1966	Valid
	X6.1	0,693	0,000	0,1966	Valid
	X6.2	0,651	0,000	0,1966	Valid
	X7.1	0,767	0,000	0,1966	Valid
	X7.2	0,613	0,000	0,1966	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y1.1	0,819	0,000	0,1966	Valid
	Y1.2	0,736	0,000	0,1966	Valid
	Y2.1	0,919	0,000	0,1966	Valid
	Y2.2	0,925	0,000	0,1966	Valid
	Y3.1	0,924	0,000	0,1966	Valid
	Y3.2	0,865	0,000	0,1966	Valid

Sumber: Data Primer diolah menggunakan SPSS, 2023

Berdasarkan hasil pengujian validitas pada tabel C.4, menunjukkan bahwa seluruh item-item kuesioner variabel kualitas produk dan keputusan pembelian berkriteria valid. Hal ini dibuktikan oleh nilai r hitung yang diperoleh pada masing-masing item lebih besar dari nilai r tabel yaitu 0,1966.

Tabel C.5 Hasil uji Reliabilitas Variabel Penelitian

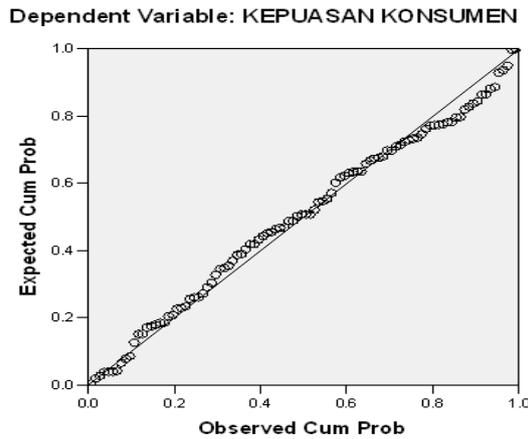
No	Variabel	Cronbach's Alpha	Kriteria
1	Kualitas Produk	0,912	Reliabel
2	Kepuasan Konsumen	0,976	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah menggunakan SPSS, 2023

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel C.5, setiap variabel, termasuk kualitas produk dan pilihan pembelian, menghasilkan nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0,600. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang reliabel karena semua item pengukur variabelnya dapat dipercaya.

Uji Normalitas

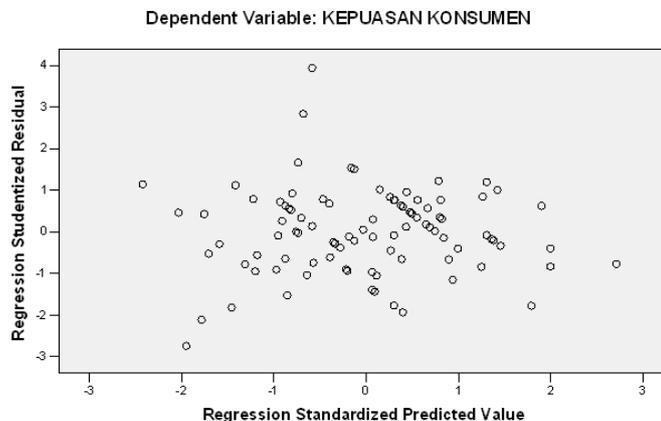
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar C.1 Grafik *Normal Probability Plot*

Berdasarkan hasil uji normalitas pada Gambar C.1, yang menggambarkan grafik P-Plot yang menunjukkan penyebaran data (titik) disekitar garis diagonal dan penyebaran data (titik) yang searah mengikuti garis diagonal, maka dapat dikatakan bahwa data yang disajikan terdistribusi secara normal dan layak untuk digunakan.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 4.2 Grafik *Scatterplots*

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji grafik scatterplots pada gambar C.2, menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Hal ini dibuktikan oleh penyebaran data (titik) pada gambar tidak membentuk pola tertentu yang teratur yaitu bergelombang, melebar kemudian menyempit.

Uji Regresi Linear Sederhana

Uji Hipotesis (Uji t)

Uji parsial (Uji t) digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Terdapat dua acuan dasar pengambilan keputusan dalam uji parsial (uji t) yaitu pertama dengan melihat nilai signifikansi (Sig) dan yang

kedua dengan membandingkan antara nilai t hitung dengan t tabel. Adapun hipotesis dalam uji parsial (uji t) yaitu sebagai berikut:

H0 : Artinya tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

H1 : Artinya ada pengaruh yang signifikan dari variabel kualitas produk (X) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y).

Apabila nilai signifikansi (Sig.) < 0,05 maka terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. selanjutnya jika nilai t hitung > t tabel maka terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. T tabel ditentukan dengan Sig. 0,05 dimana $df = n-k-1$ atau $df = 100-2-1 = 97$ sehingga diperoleh nilai t tabel sebesar 1,984.

Tabel 4.12 Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-3,290	1,623		-2,267	.000
KUALITAS PRODUK (X1)	.521	.050	.625	4,250	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN (Y)

Sumber: Data Primer diolah menggunakan SPSS V.13, 2023

Berdasarkan tabel hasil uji parsial (uji t) 4.12, maka interpretasi hipotesis sebagai berikut: Pengaruh Kualitas Produk (X) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

H0 : Kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen smartphone Samsung.

H1 : Kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen smartphone Samsung.

Nilai t hitung (4,250) > ttabel (1,984) diperoleh dengan menggunakan tabel hasil uji parsial (uji t) di atas, dan H0 ditolak dan H1 diterima karena nilai signifikansi (Sig.) 0,00 < 0,05. Dari hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa, untuk smartphone Samsung, kualitas produk memiliki dampak yang cukup besar terhadap kepuasan pelanggan pada tingkat yang lebih rendah.

Hasil analisis dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS Versi 13 yang terdiri dari uji deskripsi variabel, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear sederhana, dan uji hipotesis.

Berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas yang dilakukan, dinyatakan bahwa 20 item yang mewakili masing-masing variabel berkriteria valid dan reliabel. Hal ini dibuktikan oleh nilai r hitung yang diperoleh pada masing-masing item lebih besar dari nilai r tabel yaitu 0,1966. Sedangkan hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel yaitu kualitas produk dan kepuasan konsumen menghasilkan nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,600. Oleh karena itu, dapat ditarik kesimpulan bahwa semua item pengukur variabel kuesioner adalah valid, yang membuktikan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini valid.

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) yang dilakukan, diperoleh nilai thitung > ttabel yaitu $7,750 > 1,984$ dengan nilai signifikansi (Sig.) $0,00 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada smartphone Samsung secara parsial. Dengan kata lain, pelanggan akan lebih puas terhadap smartphone Samsung jika kualitas produk semakin tinggi. Nilai koefisien sebesar 0.385 yang dihasilkan variabel kualitas produk dapat membantu mendukung hasil pengujian ini. Hal ini mengindikasikan bahwa smartphone Samsung akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 38,5% untuk setiap peningkatan satu poin dalam kualitas produk.

Berdasarkan hasil analisis deskripsi kualitas produk, diketahui bahwa Samsung telah berhasil mengembangkan smartphone yang mudah digunakan dan mengurangi ekspektasi pelanggan sehingga pelanggan merasa kecewa. Hal ini didukung oleh hasil analisis yang dilakukan terhadap variabel respon konsumen untuk item Y1.2 dengan skor tertinggi yaitu "Smartphone Samsung menawarkan kemudahan dalam penggunaan yang memenuhi harapan Saya".

Namun, fitur-fitur yang ditawarkan menyebabkan sebanyak empat responden menyatakan ketidaktertarikannya pada ponsel Samsung, sementara 16 responden mengatakan bahwa ponsel Samsung tidak memiliki beberapa fungsi. 15 responden percaya bahwa ponsel Samsung tidak terlalu cepat atau nyaman untuk digunakan, menurut indikasi ketergantungan. Menurut 24 responden, baterai ponsel Samsung tidak dapat bertahan lama, menurut indikasi daya tahan. 11 responden percaya bahwa desain ponsel Samsung tidak unik, yang menyebabkan pelanggan tidak tertarik pada indikator estetika. Menurut tujuh responden, smartphone Samsung tidak memiliki kesan positif dalam indikasi kesan kualitas, yang membuat pembeli tidak tertarik. Sebanyak 11 responden mengakui bahwa smartphone Samsung tidak memenuhi spesifikasi yang diharapkan dalam indikator kesesuaian dengan spesifikasi, sementara tiga responden percaya bahwa smartphone Samsung memiliki kinerja perangkat lunak di bawah standar. Hal ini konsisten dengan jawaban 50 responden untuk item X1.3.2, yang mengatakan bahwa smartphone Samsung memiliki kualitas produk yang buruk. Oleh karena itu, komponen kunci yang mempengaruhi kebahagiaan konsumen adalah kualitas produk.

Temuan penelitian ini juga mendukung gagasan yang dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong (2008), yang menyatakan bahwa kemampuan produk atau jasa untuk memuaskan permintaan konsumen secara eksplisit maupun implisit menentukan kualitas produk atau jasa tersebut. Lebih lanjut, penelitian Mardiana dari tahun 2022 mengindikasikan bahwa kebahagiaan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas produk sampai batas tertentu.

SIMPULAN

Disimpulkan bahwa kualitas produk smartphone Samsung memiliki dampak yang besar dan menguntungkan terhadap kepuasan pelanggan berdasarkan rumusan masalah yang telah diajukan, analisis data yang telah dilakukan, serta pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya. Oleh karena itu, semakin tinggi kualitas produk handphone Samsung, maka pelanggan akan semakin puas. Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang besar terhadap kepuasan pengguna smartphone Samsung berdasarkan temuan dan kesimpulan yang telah dipaparkan di atas. Kualitas item yang saat ini tersedia untuk smartphone Samsung pada umumnya cukup tinggi, tetapi masih ada sejumlah area yang mungkin

perlu ditingkatkan, termasuk daya tahan perangkat, desain inovatif, dan kelengkapan fitur. Untuk mendukung aktivitas konsumen dan keinginan kontemporer, perusahaan diharapkan dapat memperluas inovasi pada perangkat Samsung. Agar smartphone Samsung dapat memberikan dampak pada kebahagiaan konsumen setelah digunakan, perusahaan juga harus meningkatkan nilai dan manfaat yang diperoleh setelah menggunakannya. Dengan tujuan untuk menarik minat konsumen dan mendorong mereka untuk kembali atau menggunakan kembali perangkat smartphone Samsung.

Referensi :

- Alnando, T., & Hutapea, J. Y. (2021). Pengaruh kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung (Studi pada Desa Pabuaran). *Jurnal Ekonomis*, 14(3), 77. Retrieved Februari 2023
- Fatmawati, & Lubis, A. S. (2020). Pengaruh Perilaku Kewirausahaan terhadap Kemampuan Manajerial pada Pedagang Pakaian Pusat Pasar kota Medan. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 1(1). doi:10.24853/jmmb.1.1.1-10
- Ghozali, I. (2013). *Metode Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia.
- Gaol, A. L., Hidayat, K., & Sunarti. (2016). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Tahun Akademik 2012/2013 Universitas Brawijaya yang Menggunakan Smartphone Samsung). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 38(1), 125-132.
<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1491>
- International Data Corporation. (2022). Indonesia's Smartphone Market Declined 10% YoY in 2Q22. Jakarta. Retrieved 2023, from <https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prAP49691422>
- International Data Corporation. (2022). Indonesia's Smartphone Market Declined 12.4% YoY in 3Q22. Jakarta. Retrieved 2023, from <https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prAP49848422>
- International Data Corporation. (2022). Indonesia's Smartphone Market Declines 17.3% in 1Q22 Due to Weak Demand and Supply Issues. Jakarta. Retrieved 2023, from <https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prAP49293122>
- International Data Corporation. (2022). *Quartely Mobile phone Tracker*. Jakarta.
- Kotler, P. (2001). *Manajemen Pemasaran Indonesia*. Jakarta: Salemba empat.
- Kuncoro, M. (2013). *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi* (4 ed.). Jakarta: ERLANGGA.
- Mardhiana, V. R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen yang dimediasi oleh Keputusan Pembelian. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 7-31.

- Ramdhani, D., & Widayarsi, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang Smartphone OPPO. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(3), 1-12.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (1 ed.). (Ayup, Ed.) Yogyakarta: Literasi Media Publishing. Retrieved 2023
- Sugiyono. (2017). *Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Yogyakarta: PT. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.