

**Analisis Permintaan *Smartphone* Samsung Galaxy Android
(Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau)**

By :

Dio Prahmana

Drs. H. Zulkarnain, SU

Drs. H. Hendro Ekwarso, M.Si

Faculty of Economic Riau University, Pekanbaru, Indonesia

Email : dio.prahmana@yahoo.com

**Analysis of Samsung Galaxy Android Smartphone Demand
(Case Study The Students of Economic Faculty of Riau University)**

ABSTRACT

This research had done to known the purpose of factors that influenced Samsung Galaxy Android Smartphone demand in Economic Faculty of Riau University.

In this research used primary and secondary data by using analysis method descriptive quantitative analysis. The population in this research is all of students in Economic Faculty of Riau University, and total sample is 98 students from the population by using Slovin formula.

From this research that known the factors that influenced Samsung Galaxy Android Smartphone demand in Economic Faculty of Riau University is price, attribute or spesification and brand image.

Keywords: demand, Samsung Galaxy Android Smartphone, price, atribute or spesification, and brand image.

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Teknologi komunikasi telah berkembang sehingga tidak ada masyarakat modern yang mampu bertahan tanpa komunikasi. Konsep ini yang mendasari bahwa manusia memiliki kebutuhan berinteraksi sosial. Komunikasi yang bersinggungan dengan kehidupan berbudaya dalam arti yang seluas-luasnya termasuk lintas budaya terjadi dalam beragam wujud dan bentuk. Perkembangan teknologi

turut memberikan arti yang sangat penting dalam bidang komunikasi dan interaksi sosial dapat berlangsung dan tercipta tanpa adanya batasan ruang dan waktu, peran komunikasi sebagai penggerak interaksi sosial dalam masyarakat dapat terus berkembang dalam setiap aspek kehidupan masyarakat yang bertujuan untuk memenuhi kepentingan dan kebutuhan individu maupun kelompok (Krug, 2005).

Dalam perkembangan dunia modern dan globalisasi saat ini kebutuhan akan komunikasi adalah hal yang sangat penting bagi setiap kalangan masyarakat. Kebutuhan tersebut berdampak pada meningkatnya permintaan berbagai jenis alat komunikasi yang mengakibatkan semakin banyaknya produsen-produsen alat komunikasi seperti handphone yang menawarkan berbagai jenis produk baru dengan inovasi yang berbeda dari produk-produk sebelumnya, yang mana produk yang dihasilkan banyak memberikan kemudahan bagi para konsumen dalam melakukan komunikasi. Dari pada itu dunia bisnis produk komunikasi berlomba-lomba supaya menarik minat para masyarakat dan memutuskan membeli serta menggunakan produknya. Hal ini juga merupakan langkah atau cara suatu perusahaan memberikan kepuasan terhadap konsumen-konsumen mereka yang sudah menggunakan produk-produk handphone atau *Smartphone* jenis tertentu. Kemajuan teknologi terlihat seperti meningkatnya jumlah telepon seluler, meningkatnya penggunaan internet dan munculnya bisnis yang selama ini tidak diperhitungkan dan tiba-tiba merajai pasar seperti *yahoo*, *google* dan lain-lain. Setiap orang memiliki *notebook* atau *netbook*, serta munculnya *Smartphone* yang dilengkapi oleh internet *access*, layanan *email*, *facebook*, *twitter*, dan sebagainya.

Kebutuhan akan alat komunikasi seperti telepon seluler (*handphone*) atau *Smartphone* sendiri selalu mengalami peningkatan dari tahun ketahun terutama jenis-jenis handphone atau *Smartphone* dengan merek-merek tertentu. Hal ini

dikarenakan pola konsumsi konsumen pada saat ini yang selalu menginginkan sebuah kemudahan dalam komunikasi yang dapat mendukung kegiatan mereka sehari-hari dalam pekerjaan maupun hal yang lainnya. Oleh karena itu pilihan konsumen untuk menggunakan handphone atau *Smartphone* saat ini sangat tinggi seperti salah satunya kenaikan penjualan pada handphone atau *Smartphone* Samsung Galaxy. Selain itu, Samsung mengeluarkan handphone atau *Smartphone* berbasis Android yang merupakan andalan dari produk handphone Samsung. Fitur Android memiliki kedekatan tersendiri dengan dunia komputer, khususnya dalam fitur yang disajikan. Berbagai aplikasi multimedia yang tertanam dalam handphone Android hampir menyerupai *mini portable* atau yang dikenal dengan *netbook*. Namun handphone Android masih memiliki kelebihan tersendiri. Selain faktor gaya, produk ini lebih fleksibel dan nyaman untuk dibawa kemana-mana, selain itu produk ini memiliki kualitas yang canggih dan harga yang ditawarkan lebih terjangkau. Dan tak hanya itu, Samsung juga selalu berupaya untuk memberikan versi Android paling baru untuk meningkatkan kestabilan performa dan tentunya fitur-fitur baru. Sebuah keputusan pembelian yang dilakukan oleh seorang konsumen dilakukan atas dasar keinginan dan kebutuhannya terhadap suatu produk. Dilihat dari atribut produk yaitu unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengembalian keputusan. Atribut produk meliputi merek, kemasan, jaminan (garansi), pelayanan dan sebagainya (Tjiptono, 1997). Atribut produk yang

ditawarkan suatu perusahaan dapat menjadi faktor terhadap keputusan pembelian pada handphone atau *Smartphone*, salah satunya pada merek Samsung Android. dilihat dari atribut produk Samsung jenis Android bahwa penjualan dan pangsa pasarnya terus meningkat.

Salah satu contoh Samsung Galaxy S4 yang mampu merajai pangsa pasar pada tahun 2013, *Smartphone* ini sudah terjual 4.000.000 unit di seluruh dunia dalam waktu lima hari semenjak diluncurkan pada tanggal 26 April 2013 (Kompas.com, 2013). Meskipun produk ini merupakan ponsel kelas atas (*high-end*), tetap saja konsumen tertarik karena *smartphone* android ini memiliki keunggulan-keunggulan lain dibandingkan dengan *smartphone* android lain yang sekelas dengan Samsung Galaxy S4, seperti Sony Xperia Z, dan HTC one. Teknologi komunikasi merupakan kebutuhan yang sangat diperlukan saat ini bagi masyarakat dalam meningkatkan efisiensi dan juga efektifitas dalam pembangunan.

Di Pekanbaru, *Smartphone* merupakan produk yang sedang mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Berbagai merek *Smartphone* yang membanjiri pasaran di Pekanbaru seperti Samsung, Blackberry, Iphone, Nokia, Sony, dan lain-lain. *Smartphone* ini merupakan produk yang sering digunakan oleh semua kalangan tidak terkecuali mahasiswa.

Di Fakultas Ekonomi Universitas Riau, hampir semua mahasiswa yang menggunakan *smartphone* dengan berbagai macam merek. Karena *smartphone* itu sendiri sudah

memiliki peranan penting, selain sebagai alat komunikasi dan mudah dibawa kemana-mana, produk ini juga sudah mampu bermetamorfosis menjadi perangkat yang mengakomodir berbagai keinginan penggunanya layaknya komputer termasuk lebih mudah untuk mengakses internet, berfoto, main game, mendengarkan musik, dan sosial media. Penggunaan internet memungkinkan mahasiswa untuk memperoleh berbagai informasi secara lebih luas sehingga bisa memperoleh berbagai ilmu pengetahuan yang dibutuhkan dengan mudah dan cepat (Andika, 2013).

Sesuai dengan perkembangan zaman dan banyaknya mahasiswa Fakultas Ekonomi, serta kemudahan dan banyaknya manfaat yang diperoleh dari *Smartphone* menyebabkan permintaan terhadap *Smartphone* ini meningkat khususnya dikalangan mahasiswa Universitas Riau.

Samsung merupakan sebuah merek *Smartphone* yang sedang merajai pangsa pasar didunia, termasuk di Kota Pekanbaru. Telepon seluler asal Korea Selatan ini menjadi pilihan dikalangan mahasiswa saat ini, yang cenderung mengikuti perkembangan zaman sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka. *Smartphone* ini memiliki kualitas yang bagus ditambah lagi dengan sistem operasi Android yang membuat lebih mudah untuk mengakses internet, dan harganya masih bisa terjangkau oleh masyarakat ekonomi menengah ke bawah terutama dikalangan mahasiswa dan pelajar.

Samsung didukung dengan sistem operasi Android, pada saat ini sudah menjadi 4.1 atau sering disebut Jelly Bean yang memiliki kecepatan akses internet lebih cepat dan lebih responsif daripada sistem operasi sebelumnya. *Smartphone* ini juga didukung dengan teknologi *Adobe Flash*, *Adobe Air*, *Drop Box* dan masih banyak lagi aplikasi yang ada didalam *Smartphone* ini untuk memudahkan pengguna.

Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan uraian diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

“Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi permintaan *Smartphone* Samsung Galaxy Android di kalangan mahasiswa Universitas Riau”.

Tujuan penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan *Smartphone* Samsung Galaxy Android di kalangan mahasiswa Universitas Riau.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Teknologi komunikasi adalah peralatan atau perangkat keras(*hardware*) dalam sebuah struktur organisasi yang mengandung nilai-nilai sosial yang memungkinkan setiap individu memproses dan saling tukar menukar informasi dengan individu-individu lain (Barney, 2005). Teknologi komunikasi ditekankan pada sebagaimana suatu hasil data dapat disalurkan, disebarkan dan disampaikan ke tempat tujuan. Teknologi komunikasi berkembang dengan cepat dengan meningkatnya

perkembangan teknologi elektronika, sistem transmisi dan sistem modulasi, sehingga suatu informasi dapat disampaikan dengan cepat dan tepat. *Smartphone* atau telepon cerdas adalah telepon genggam yang mempunyai kemampuan tingkat tinggi, dan mempunyai fungsi yang menyerupai komputer yang bekerja menggunakan seluruh perangkat lunak sistem operasi dan menyajikan fitur canggih seperti surat elektronik, internet dan kemampuan *e-book*. Ponsel pintar di Indonesia memiliki segmentasi yang dikelompokkan menjadi tiga kelas berdasarkan level harga dan spesifikasinya, yaitu : *Smartphone* kelas atas (*High-end*), *Smartphone* kelas menengah (*Middle Level*), *Smartphone* kelas bawah (*Entry Level*).

Sistem operasi android merupakan sebuah sistem operasi berbasis Linux untuk telepon seluler seperti *Smartphone* dan komputer tablet. Sistem operasi ini bersifat *open source* (terbuka) sehingga para *programmer* dapat membuat aplikasi secara mudah untuk digunakan oleh bermacam perangkat bergerak misalnya telepon seluler dan dapat dilakukan modifikasi dan penyebaran secara bebas (Engineering Town, 2013). alat telekomunikasi dengan sistem operasi Android, memiliki keunggulan tersendiri antara lain : *Multitasks*, *Merk Gadget* yang lebih beragam, *Open Source*, *Fitur Widget*, Integrasi mudah dan cepat ke produk-produk Google.

Permintaan adalah kombinasi harga dan jumlah suatu barang yang ingin dibeli oleh konsumen pada berbagai tingkat harga pada suatu periode tertentu. Permintaan suatu

barang sangat dipengaruhi oleh pendapatan dan harga barang tersebut. Apabila harga naik maka pendapatan tidak berubah, maka permintaan barang tersebut akan turun. Sebaliknya, jika harga barang turun, sedangkan pendapatan tidak berubah maka permintaan akan suatu barang akan mengalami kenaikan atau bertambah (Sukirno, 2010). Hukum permintaan berbunyi sebagai berikut : *“semakin rendah harga suatu barang maka semakin banyak pula jumlah permintaan atas barang tersebut, sebaliknya semakin tinggi harga suatu barang maka jumlah permintaan atas barang tersebut menjadi berkurang atau sedikit”*. Teori ini menerangkan tentang ciri-ciri hubungan antara jumlah permintaan dan harga (Sukirno, 2010). Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi permintaan antara lain : harga barang itu sendiri, harga barang lain, pendapatan rumah tangga dan pendapatan rata-rata masyarakat, cita rasa atau selera masyarakat, intensitas kebutuhan masyarakat, jumlah penduduk, ramalan mengenai keadaan masa depan.

Elastisitas permintaan adalah tingkat kelenturan atau tingkat kepekaan permintaan terhadap perubahan harga (Ahman, 2007). Sedangkan menurut Sukirno (2010) elastisitas permintaan ialah presentase perubahan jumlah barang yang diminta dengan presentasi perubahan harga. Menurut Kotler dan Keller (2008). Perilaku Konsumen Adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan

keinginan mereka. Perilaku pembelian konsumen di pengaruhi oleh faktor budaya, sosial, dan pribadi.

Harga adalah suatu tingkat penilaian terhadap barang dan jasa dimana tingkat barang yang bersangkutan dapat ditukarkan dengan sesuatu yang lain apapun bentuknya, itulah yang sebenarnya yang dimaksud dengan harga. Harga dibentuk atas kekuatan permintaan dan penawaran suatu barang (Rasyidi, 1999). Citra adalah presepsi yang relatif konsisten dalam jangka panjang. Jadi tidak mudah untuk membentuk citra, sehingga bila terbentuk akan sulit untuk mengubahnya. Citra merek adalah sebuah perangkat keyakinan, ide dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu merek. Pada dasarnya sama dengan proses persepsi, karena citra terbentuk dari persepsi yang telah terbentuk lama. Setelah melalui tahap yang terjadi dalam persepsi, kemudian dilanjutkan pada tahap keterlibatan konsumen untuk membeli suatu barang (Simamora, 2004).

Menurut Aecker dalam Rangkuti (2004), ada empat manfaat yang diperoleh dari adanya citra merek, yaitu, dapat membantu proses penyusunan informasi, perbedaan, alasan untuk membeli, penciptaan sikap atau perasaan.

Menurut Aaker (2000), faktor-faktor yang menjadi tolak ukur *brand image* adalah *Product Atributes, Consumer Benefit, Brand personality, User Imaginery, Organizational Association, Brand-costumer Reletionship*. Menurut Tjiptono (2008), atribut produk adalah unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan

keputusan. Atribut produk meliputi merek, kemasan, jaminan (garansi), pelayanan dan sebagainya.

Kotler & Amstrong (2008) menyatakan ada beberapa atribut yang menyertai dan melengkapi dalam pengembangan suatu produk atau jasa melibatkan pendefinisian pendapat manfaat yang akan ditawarkan produk atau jasa. Manfaat ini dikomunikasikan dan dihantarkan oleh atribut produk seperti *kualitas, fitur, serta gaya dan desain*.

Pendapatan adalah segala macam uang yang diterima secara tetap oleh perorangan, keluarga atau organisasi seperti upah, gaji, sewa, laba atau imbalan ataupun jasa (Putong, 2010). Pendapatan adalah total penerimaan (uang atau bukan uang) seseorang atau rumah tangga selama periode tertentu. Tingkat pendapatan masyarakat merupakan cerminan tingkat kesejahteraan yang dinikmati suatu masyarakat (Lincoln, 1999).

3. METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian

Penelitian dilakukan di Fakultas Ekonomi Universitas Riau. Pertimbangan peneliti memilih lokasi penelitian ini disebabkan pertimbangan beberapa faktor diantaranya :

- Peneliti sendiri merupakan mahasiswa fakultas Ekonomi Universitas Riau.
- Rata-rata mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau banyak menggunakan *Smartphone* merek Samsung.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau sebanyak 5.828

mahasiswa. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Snowball Sampling*, yaitu teknik penentuan sampel yang mula-mulanya jumlahnya kecil, kemudian menjadi membesar (Sugiyono, 2008) sehingga diperoleh sampel yang dapat mewakili (*representatif*) sebanyak 98 responden. Dengan menggunakan rumus Slovin dengan error 10% (Prasetyo dan Jannah, 2005).

Jenis dan Sumber Data

Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

- Data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari keterangan-keterangan responden di lapangan, yakni konsumen atau pemilik *Smartphone* Samsung Android.
- Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari *maindealer* Handphone, Samsung *Sales and Services* Pekanbaru, dan instansi terkait seperti Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Pekanbaru, media surat kabar dan hasil-hasil penelitian lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian ini, maka penulis menghimpun data melalui :

- Studi Dokumentasi, yaitu studi ini dilakukan dengan mengumpulkan dan mempelajari data-data yang diperoleh dari buku-buku literatur, jurnal dan situs internet yang berhubungan dengan penelitian ini.
- Kuesioner (daftar pertanyaan), yaitu suatu metode pengumpulan

data dengan cara mengajukan pertanyaan tertulis kepada responden yang menjadi sasaran penelitian (Pabundu, 2006).

- c. Interview (wawancara), yaitu metode pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab/wawancara kepada responden, baik dengan tatap muka ataupun melalui telepon dengan panduan kuisioner yang berupa pertanyaan yang sudah disiapkan dan akan diisi oleh responden.

Metode Analisis Data

Dalam menganalisis data, penulis menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif. Metode deskriptif kuantitatif adalah suatu metode yang digunakan untuk menganalisis data primer yang langsung diambil melalui kuesioner, kemudian dianalisis dengan menggunakan tabel frekuensi, sehingga tabel tersebut dapat menjelaskan jumlah atau proporsi sampel pada karakteristik tertentu (Usman, 2006).

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

a. Jenis Kelamin Responden

Adapun jenis kelamin responden dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1. Jenis Kelamin Responden di Fakultas Ekonomi Universitas Riau Tahun 2014

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Laki-laki	38	38,8
2	Perempuan	60	61,2
Jumlah		98	100

Sumber : Data Primer 2014

Dari tabel 1 dapat dilihat bahwa dari sampel sebanyak 98 responden, diketahui jenis kelamin umumnya adalah perempuan yaitu sebanyak 60 responden atau 61,2%, sedangkan jenis kelamin laki-laki sebanyak 38 responden atau 38,8%.

b. Kelompok Umur Responden

Kelompok umur responden dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 2. Kelompok Umur Responden di Fakultas Ekonomi Universitas Riau Tahun 2014

No	Umur (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	18	5	5,1
2	19	27	27,5
3	20	25	25,5
4	21	11	11,2
5	22	15	15,3
6	23	12	12,2
7	> 23	3	3,1
Jumlah		98	100

Sumber : Data Primer 2014

Dari tabel 2 dapat dilihat bahwa umur responden sangat bervariasi, dimana jumlah responden terbanyak berumur 19 tahun yaitu 27 responden atau 27,5% dan jumlah responden terkecil berumur lebih dari 23 tahun yaitu sebanyak 3 responden atau 3,1%.

c. Pengelompokan Jurusan Responden

Adapun jurusan responden dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3. Pengelompokan Jurusan Responden di Fakultas Ekonomi Universitas Riau Tahun 2014

No	Jurusan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Ilmu Ekonomi	41	41,8
2	Akuntansi	30	30,6
3	Manajemen	27	27,5
Jumlah		98	100

Sumber : Data Primer 2014

Dari tabel 3 dapat dilihat bahwa jumlah responden terbanyak berasal dari jurusan Ilmu Ekonomi yaitu sebanyak 41 responden atau 41,8%, kemudian dari jurusan Akuntansi sebanyak 30 responden atau 30,6%, dan responden terkecil dari jurusan Manajemen yaitu sebanyak 27 responden atau 27,5%.

d. Jenis Pekerjaan Orang Tua Responden

Adapun jenis pekerjaan orang tua responden dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4. Jenis Pekerjaan Orang Tua Responden di Fakultas Ekonomi Universitas Riau Tahun 2014

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Pegawai Negeri Sipil	34	34,7
2	Pegawai Swasta	10	10,2
3	Pegawai BUMN	1	1,0
4	Wiraswasta	37	37,7
5	Petani	11	11,2
6	Pensiun	5	5,1
Jumlah		98	100

Sumber : Data Primer 2014

Dari tabel 4 dapat dilihat bahwa jenis pekerjaan orang tua responden sangat bervariasi. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh jenis pekerjaan

orang tua responden terbanyak adalah yang berprofesi sebagai wiraswasta yaitu 37 orang atau 37,7%. Sedangkan yang terkecil adalah yang berprofesi sebagai pegawai BUMN yaitu 1 orang atau 1%.

e. Tingkat Penghasilan Orang Tua Responden

Adapun tingkat penghasilan orang tua responden dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 5. Tingkat Penghasilan Orang Tua Responden di Fakultas Ekonomi Universitas Riau Tahun 2014

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	< 3.000.000	36	36,7
2	3.000.000 – 6.000.000	44	45,0
3	> 6.000.000	18	18,3
Jumlah		98	100

Sumber : Data Primer 2014

Dari tabel 5, dapat dilihat bahwa tingkat penghasilan orang tua responden rata-rata memiliki penghasilan Rp 3.000.000 – Rp 6.000.000 per bulan yaitu sebanyak 44 orang atau 45%. Dan yang memiliki pendapatan diatas Rp 6.000.000 per bulan ada 18 orang atau 18,3%.

f. Harga Beli Smartphone Samsung Galaxy Android Yang Dimiliki Responden

Untuk mengetahui harga beli Smartphone Samsung Galaxy Android yang dimiliki responden dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 6. Harga Beli *Smartphone* Samsung Galaxy Android Yang Dimiliki Responden di Fakultas Ekonomi Universitas Riau Tahun 2014

No	Harga Beli (Rp)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	< Rp 1.000.000	6	6,1
2	Rp 1.000.000 – Rp 1.999.999	27	27,6
3	Rp 2.000.000 – Rp 2.999.999	23	23,5
4	Rp 3.000.000 – Rp 3.999.999	10	10,2
5	Rp 4.000.000 – Rp 4.999.999	8	8,2
6	> Rp 5.000.000	24	24,5
Jumlah		98	100

Sumber : Data Primer 2014

Dari tabel 6, dapat dilihat bahwa responden yang terbanyak adalah responden yang membeli *Smartphone* Samsung Galaxy Android dengan harga Rp 1.000.000 – Rp 1.999.999 yaitu sebanyak 27 responden atau 27,6%. Dan responden terkecil adalah responden yang membeli *Smartphone* Samsung Galaxy Android dengan harga kecil dari Rp 1.000.000 yaitu 6 responden atau 6,1%.

g. Alasan Responden Membeli *Smartphone* Samsung Galaxy Android

Setiap konsumen memiliki banyak alasan untuk memilih sebuah merek *Smartphone*. Banyak merek-merek *Smartphone* yang ada dipasaran dan memberikan berbagai macam spesifikasi dan fitur-fitur yang menarik untuk mempengaruhi konsumen membeli merek tersebut. Adapun alasan-alasan responden untuk membeli *Smartphone* Samsung Galaxy Android dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 7. Alasan Responden Membeli *Smartphone* Samsung Galaxy Android di Fakultas Ekonomi Universitas Riau Tahun 2014

No	Alasan Membeli	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Harga lebih murah dibandingkan dengan merek lainnya	53	54,1
2	Memiliki banyak spesifikasi	46	47,0
3	Samsung memiliki <i>brand image</i> yang sudah melekat dikalangan masyarakat	55	56,1
4	Mudah Digunakan	1	1,0

Sumber : Data Primer 2014

Dari tabel 7 dapat dilihat bahwa dari sampel sebanyak 98 responden, diketahui terdapat beberapa alasan responden membeli *Smartphone* Samsung Galaxy Android. alasan tersebut diperoleh dengan memberikan kuesioner kepada responden, kemudian responden diminta untuk memilih alasan-alasan yang telah disediakan. Dimana responden diperbolehkan memilih lebih dari satu jawaban yang dianggap benar.

Berdasarkan hasil penelitian, ada 3 (tiga) alasan responden yang sangat kuat untuk membeli *Smartphone* Samsung Galaxy Android. alasan yang pertama, adalah karena harga *Smartphone* ini lebih murah dibandingkan dengan merek lain dengan kualitas yang sama, ada sebanyak 53 responden atau 54%. Alasan kedua, karena *Smartphone* ini memiliki banyak spesifikasi, ada sebanyak 46 responden atau 47% dari total sampel yang memilih alasan ini.

Alasan ketiga, adalah karena *Smartphone* Samsung Galaxy Android memiliki *Brand Image* yang sudah melekat dikalangan masyarakat, alasan ini dipilih oleh 55 responden atau 56,1% dari total sampel.

h. Kegunaan Utama Responden Memiliki *Smartphone* Samsung Galaxy Android

Adapun kegunaan utama responden memiliki *Smartphone* Samsung Galaxy Android dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 8. Kegunaan Utama Responden Memiliki *Smartphone* Samsung Galaxy Android di Fakultas Ekonomi Universitas Riau Tahun 2014

No	Tanggapan Responden	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Browsing	56	57,1
2	Social Media	85	86,7
3	SMS	8	8,2
4	Menelpon	8	8,2
5	Game	7	7,1
6	Lain-lain	3	3,1

Sumber : Data Primer 2014

Tabel 8 menjelaskan bahwa dari sampel sebanyak 98 responden, diketahui beberapa alasan responden memiliki *Smartphone* Samsung Galaxy Android. alasan tersebut diperoleh dengan memberikan daftar pertanyaan (kuesioner) kepada responden, kemudian responden diminta untuk memilih alasan-alasan yang telah disediakan, dimana responden boleh menjawab lebih dari satu.

Berdasarkan hasil penelitian ada beberapa alasan yang mempengaruhi responden memiliki *Smartphone* Samsung Galaxy Android, alasan

terbanyak responden memiliki *Smartphone* ini karena untuk bersosial media, yaitu sebanyak 85 responden atau 86,7% dari total sampel. Kemudian alasan kedua responden memiliki *Smartphone* ini yaitu untuk internetan (*browsing*) yaitu sebanyak 56 responden atau 57,1%.

i. Atribut atau Spesifikasi (Kualitas, Fitur, Gaya dan Desain) Yang Dimiliki *Smartphone* Samsung Galaxy Android Menurut Responden

Adapun tanggapan responden mengenai atribut (kualitas, fitur, gaya dan desain) yang dimiliki *Smartphone* Samsung Galaxy Android dalam penelitian ini, dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 9. Tanggapan Responden Terhadap Atribut/Spesifikasi (Kualitas, Fitur, Gaya dan Desain) Yang Dimiliki *Smartphone* Samsung Galaxy Android di Fakultas Ekonomi Universitas Riau Tahun 2014

No	Tanggapan Responden	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Sangat Memuaskan	17	17,3
2	Memuaskan	63	64,3
3	Cukup Memuaskan	15	15,3
4	Kurang Memuaskan	3	3,1
Jumlah		98	100

Sumber : Data Primer 2014

Dari tabel 9, dapat dilihat bahwa 63 responden atau 64,3% memberikan tanggapan memuaskan terhadap atribut (kualitas, fitur, gaya dan desain) yang diberikan

Smartphone Samsung Galaxy Android. Kemudian yang memberikan tanggapan kurang memuaskan hanya 3 responden atau 3,1% terhadap atribut (kualitas, fitur, gaya dan desain) *Smartphone* Samsung Galaxy Android.

j. Kekurangan atau Kelemahan *Smartphone* Samsung Galaxy Android Menurut Responden

Selain memiliki kelebihan, *Smartphone* Samsung Galaxy Android ini memiliki kekurangan atau kelemahan. Untuk mengetahui penilaian responden mengenai kelemahan atau kekurangan *Smartphone* ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 10. Kekurangan atau Kelemahan *Smartphone* Samsung Galaxy Android Menurut Responden di Fakultas Ekonomi Universitas Riau Tahun 2014

No	Penilaian Responden	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Daya tahan baterai lemah	85	86,7
2	LCD mudah tergores	16	16,3
3	Mesin Cepat Panas	15	15,3
4	<i>Smartphone</i> Hang	10	10,2
5	Lain – lain	14	14,3

Sumber : Data Primer 2014

Dari tabel 10, dapat dilihat bahwa dari 98 responden, diketahui terdapat berbagai penilaian responden terhadap kelemahan atau kekurangan *Smartphone* Samsung Galaxy Android. Responden diperbolehkan memilih lebih dari satu jawaban yang menurut responden benar.

Berdasarkan hasil penelitian, ada satu penilaian responden yang sangat kuat dari keenam kelemahan *Smartphone* ini. 85 responden atau 86,7% responden menyatakan bahwa kelemahan *smartphone* ini adalah daya tahan baterai yang lemah.

B. Pembahasan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan , dapat dilihat tentang karakteristik dan identitas responden serta orang tua responden. Begitu juga tentang tanggapan responden mengenai *Smartphone* Samsung Galaxy Android.

Untuk karakteristik responden dalam penelitian ini responden berjenis kelamin perempuan yang terbanyak yaitu ada 61,2%. Dan umur responden terbanyak adalah yang berumur 20 dan 19 tahun. Responden yang berumur 19 dan 20 tahun adalah mahasiswa yang duduk di semester 2 dan semester 4. Di lihat dari hasil penelitian, responden terbanyak adalah mahasiswa yang sedang duduk di semester 2 yaitu 29 responden, dan semester 4 yaitu 24 responden.

Untuk karakteristik orang tua responden, umur orang tua responden terbanyak adalah yang berumur 46 - 50 tahun yaitu 45 responden, dan pendidikan terakhir orang tua responden terbanyak adalah SLTA yaitu 54 responden. dan sebagai besar pekerjaan orang tua responden adalah Pegawai Negeri Sipil (PNS) dan wiraswasta. Dengan tingkat penghasilan rata - rata Rp 3.000.000 – Rp 6.000.000. Penghasilan orang tua menentukan kemampuan daya beli terhadap

suatu produk yang dikonsumsi oleh responden.

Dalam analisis ekonomi dianggap bahwa permintaan suatu barang terutama dipengaruhi tingkat harganya. Oleh sebab itu, dalam teori permintaan yang terutama dianalisis adalah hubungan jumlah permintaan dengan harga barang tersebut. Dalam analisis tersebut diasumsikan bahwa faktor-faktor lain tidak mengalami perubahan atau *ceteris paribus*. Tetapi dengan permisalan yang dinyatakan ini tidaklah berarti bahwa kita akan mengabaikan faktor-faktor lainnya. Seperti harga barang-barang lain, selera dan faktor lainnya yang dianggap mempengaruhi permintaan suatu barang (Sukirno, 2010).

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan beberapa alasan atau faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan *Smartphone* Samsung Galaxy Android di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau yaitu diantaranya adalah: Pertama Faktor harga, harga *Smartphone* Samsung Galaxy Android relatif lebih murah apabila dibandingkan dengan *Smartphone* lainnya dengan kualitas yang lebih baik. Kedua faktor atribut atau spesifikasi, atribut atau spesifikasi ini sangat penting untuk menunjang mobilitas penggunaannya karena atribut *Smartphone* Samsung Galaxy Android sangat mumpuni baik dari segi kualitas, fitur, gaya, warna dan desain. Dan faktor ketiga adalah karena alasan merek atau *brand image*.

Faktor pertama, harga *Smartphone* Samsung Galaxy Android relatif lebih murah dibandingkan harga *Smartphone*

lainnya yang mempunyai spesifikasi yang sama, seperti Blackberry, Iphone, dan Sony. Samsung Galaxy terus melakukan inovasi dengan mengeluarkan produk-produk terbarunya dan membandrolnya dengan harga yang sangat murah dan memiliki spesifikasi yang berkualitas, sehingga sangat menguntungkan bagi para konsumen untuk membeli *Smartphone*.

Faktor kedua, *Smartphone* Samsung Galaxy Android mempunyai banyak atribut atau spesifikasi yang tidak kalah dengan *Smartphone* lainnya. Dengan banyaknya model dan varian yang dikeluarkan Samsung yang bersistem operasi android konsumen bisa memilih sesuai dengan keinginan dan budget yang dimiliki. Sistem operasi android yang digunakan pada *Smartphone* Samsung bisa di *up-grade* untuk meningkatkan kecepatan akses internetnya. Dari yang menggunakan sistem operasional yang rendah bisa di tingkatkan menjadi yang lebih tinggi sesuai dengan kapasitas *Smartphone*. Misalnya dari Android versi *ice cream sandwich* di *up-grade* menjadi *Jelly bean* atau versi *Kitkat*. Dari segi desain, Samsung memproduksi berbagai macam varian dari layar yang berkualitas biasa sampai yang berkualitas Super AMOLED. Dengan berbagai macam ukuran layar, kamera, warna dan ketebalan *Smartphone* itu sendiri. Selain itu, *Smartphone* Samsung Galaxy Android mempunyai processor yang memiliki kecepatan berbeda-beda, seperti 800 MHz, Quad Core 1 GHz sampai Quad Core 2,5 GHz. Setiap processor memiliki tingkat kinerja yang

berbeda-beda. Semakin tinggi tingkatan processor semakin cepat pula tingkat kinerja dalam menjalankan sebuah aplikasi. *Smartphone* ini juga dilengkapi dengan RAM (*Random Acces Memory*). RAM berfungsi untuk memegang arahan dan data yang akan diproses oleh processor. Letak RAM dan processor sangat berdekatan. Hal ini dimaksud agar data diantara Ram dan processor dapat dihantarkan dengan cepat. Semakin tinggi RAM maka semakin cepat pula transfer data ke processornya. RAM yang terpasang pada suatu *Smartphone* harus berdasarkan processornya, semakin tinggi tingkat processornya maka akan dipasang RAM yang tinggi pula. Processor 800 MHz dipasang dengan RAM 512 MB, processor 1 GHz dipasang RAM 1 GB processor 2,5 GHz bisa dipasang RAM 8-32 GB.

Faktor yang ketiga, Merek atau *Brand Image*. Bila konsumen memiliki citra positif terhadap produk tersebut berarti konsumen mempunyai kesan yang baik pada produk tersebut. Begitu juga sebaliknya bila konsumen memiliki citra negatif terhadap produk tersebut berarti konsumen mempunyai kesan yang jelek. Citra konsumen yang positif terhadap suatu produk akan mendorong konsumen lain untuk membeli produk tersebut. Saat ini citra merek *Smartphone* Samsung menempati posisi teratas di pasar global. *Smartphone* Samsung terus berinovasi dengan menggandeng Android sebagai sistem operasional untuk akses internet yang lebih cepat. Selain itu Samsung juga memberikan pelayanan prima terhadap

konsumen sehingga meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap merek ini.

Salah satu yang menjadi tolak ukur *brand image* adalah *Product Atribut*, dari hasil penelitian 64,3% responden memberikan tanggapan memuaskan terhadap atribut/spesifikasi yang dimiliki *smartphone* Samsung Galaxy Android. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki tanggapan positif terhadap merek Samsung dikarenakan atribut yang dimiliki *Smartphone* ini memberikan kepuasan terhadap penggunaannya. Selain itu yang menjadi tolak ukur *brand image* adalah *Consumer Benefit* atau manfaat suatu produk terhadap konsumen. Dari hasil penelitian 57,1% responden kegunaan utama memiliki *Smartphone* Samsung Galaxy Android adalah untuk *browsing/internet* dan 86,7% responden menggunakan *Smartphone* ini untuk *Social Media* seperti *facebook*, *twitter*, *line*, *instagram*, *path* dan lain-lain. Hal ini menunjukkan bahwa *Smartphone* Samsung memberikan manfaat sesuai dengan keinginan konsumen. Dan salah satu tujuan dari sebuah merek adalah harus bisa memberikan suatu nilai dan manfaat tersendiri ketika konsumen membeli dan mengonsumsi produk tersebut.

Smartphone Samsung Galaxy Android memiliki beberapa kelemahan, diantaranya daya tahan baterai lemah, LCD mudah tergores, Mesin cepat panas, dan *Smartphone* hang.

Baterai adalah sumber energi listrik yang akan memasok daya yang diperlukan sebuah *smartphone*.

Baterai pada *Smartphone* Samsung Galaxy Android tidak memiliki ketahanan baterai yang kuat disebabkan banyaknya aplikasi internet yang terbuka secara *online* seperti BBM, Facebook dan sosial media lainnya. Selain itu baterai akan semakin cepat habis apabila digunakan untuk bermain game.

Salah satu yang menjadi keluhan konsumen terhadap *smartphone* Samsung Galaxy Android adalah mesin yang cepat panas, hal ini disebabkan karena pengguna banyak membuka aplikasi dalam waktu yang lama, yang menyebabkan kinerja mesin menjadi cepat dan panas. Apabila hal seperti ini terjadi maka pengguna harus menghentikan penggunaan *smartphone* atau menutup beberapa aplikasi agar kinerja mesin berkurang, apabila terus digunakan maka akan menyebabkan *smartphone* menjadi hang (*smartphone* mati atau tidak digunakan sama sekali).

LCD (*Liquid Crystal Display*) merupakan suatu jenis media tampilan yang menggunakan kristal cair sebagai penampilan utama. Pada saat sekarang ini LCD banyak digunakan di berbagai bidang misalnya televisi, komputer dan *Smartphone*. Pada *Smartphone* Samsung LCD mudah tergores karena hampir seluruh produk *smartphone* samsung menggunakan layar sentuh, sehingga LCD mudah tergores, maka bagi para pengguna *smartphone* ini harus menggunakan anti gores untuk mengurangi resiko LCD tergores.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Adapun kesimpulan dari penelitian ini adalah :

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan *Smartphone* Samsung Galaxy Android dikalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau adalah faktor harga, faktor atribut atau spesifikasi, dan faktor merek atau *brand image*. Ini terbukti dari hasil penelitian, bahwa harga *Smartphone* Samsung Galaxy Android relatif terjangkau atau lebih murah dibandingkan dengan *smartphone* lainnya yaitu dipilih oleh 53 responden atau 54,1% dari total sampel, sedangkan faktor atribut atau spesifikasi seperti desain, fitur dan gaya dipilih oleh 46 responden atau 47% dari total sampel dan faktor merek atau *brand image* dipilih oleh 55 responden atau 56,1% dari total sampel.
2. Berdasarkan hasil penelitian, bahwa *Smartphone* Samsung Galaxy Android memiliki beberapa kelemahan yaitu : daya tahan baterai lemah, LCD mudah tergores, mesin cepat panas, dan *smartphone* hang (mati). Ini terbukti dari hasil survei dimana ada 85 responden atau 86,7% yang menyatakan daya tahan baterai lemah, kemudian ada 16 responden atau 16,3% yang menyatakan LCD mudah tergores, kemudian ada 15 responden atau 15,3% menyatakan bahwa mesin *smartphone* cepat panas, dan 10 responden atau 10,2% yang menyatakan *smartphone* hang.

Saran

Adapun saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mahasiswa yang ingin membeli *smartphone*, Samsung Galaxy Android bisa menjadi sebuah pilihan. Karena dari hasil penelitian menunjukkan bahwa harga *smartphone* Samsung Galaxy lebih murah dibandingkan dengan *smartphone* lainnya yang mempunyai atribut atau spesifikasi yang sama. *Smartphone* Samsung Galaxy Android memiliki spesifikasi yang banyak seperti desain yang menarik, fitur yang canggih dan memiliki banyak model sesuai keinginan konsumen. Selain itu *Smartphone* Samsung Galaxy sudah mempunyai citra merek yang baik sebagai produsen *smartphone* di pasar global.
2. Perusahaan Samsung hendaknya selalu melakukan inovasi dan meningkatkan kualitas *smartphone* agar menjadi lebih abik dan bisa mempertahankan *brand image* yang baik dimata konsumen. Sehingga konsumen merasa bangga dan puas memiliki *Smartphone* Samsung Galaxy.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. 2000. *Brand Leadership*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Ahman, H.E. Rohman, Y. 2007. *Ilmu Ekonomi dalam PIPS*. Universitas Terbuka. Jakarta.
- Andika, Leo. 2013. *Analisis Permintaan Laptop Acer di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau*. Skripsi tidak diterbitkan. Universitas Riau. Pekanbaru.
- Arsyad, Lincolin. 1999. *Ikhitsar Teori Ekonomi Mikro Edisi Kedua. Edisi III*. BPFE. Yogyakarta.
- Barney, Darin. 2005. *Communication Technology*. UBC Press. Canada.
- Engineering Town. 2013. *Jurnal Mengenal Sistem Android*. Fakultas Teknik Universitas Indonesia diakses 23/12/2013.
- Kotler, P dan Armstrong, G. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Krug, Gary. 2005. *Communication, Technology and Cultural Change*. SAGE Publicatin Ltd. London.
- Krugman, Paul and Welss, Robin. 2005. *Microeconomics*. Wroth Publishers. New York.
- Pabundu, Tika. 2006. *Budaya Organisasi dan Peningkatan Kinerja Perusahaan*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Prasetyo, B dan Jannah. L.M. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif : Teori dan Aplikasi*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Putong, Iskandar. 2003. *Pengantar Ekonomi Mikro dan Makro*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Rangkuti, F. 2004. *The Power of Brands : Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek (Plus Analisis Kasus dengan SPSS)*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

- Rasyidi, S. 1999. *Pengantar Teori Ekonomi, Pendekatan kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Simamora, Bilson. 2004. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Gramedia Pustaka Utam. Jakarta.
- Sugiyono. 2008. *Metode Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sukirno, Sadono. 2010. *Pengantar Ekonomi Mikro*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Tjiptono, F. 2008. *Strategi Bisnis Pemasaran*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Usman, Mustafa Edwin Nasution Hardius. 2006. *Proses Penelitian Kuantitatif*. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta.
- <http://www.Kompas.com> diakses 3/3/2014.