





## Pendahuluan Latar Belakang

Dalam kehidupan modern saat ini, manusia membutuhkan sesuatu yang mudah dan praktis. Terlebih, manusia sekarang ini menyukai segala sesuatu yang bersifat modern dan menyenangkan. Untuk memenuhi keinginannya, manusia akan dihadapkan dengan alat elektronik yang semakin hari semakin canggih. Hal ini dapat dilihat dari perkembangan alat elektronik terutama *handphone* yang semakin hari semakin baik.

*Handphone* mulai diperkenalkan pada tahun 1983, namun *handphone* tersebut hanya dapat melakukan dan menerima panggilan saja. Pada tahun 1993 *smartphone* mulai pertama kali diperkenalkan, dimana *smartphone* tersebut memiliki fitur yang sebelumnya tidak dimiliki oleh *handphone* yang diperkenalkan pertama kali. Fitur yang dimiliki oleh *smartphone* tersebut seperti kalender, buku alamat, *world clock*, kalkulator, *notepad*, *e-mail* serta *game*. Tahun 1999 *handphone* mulai dilengkapi dengan internet. Seiring berkembangnya teknologi *handphone* tidak hanya melakukan panggilan saja tetapi dapat mengirim pesan singkat serta dapat mengakses dunia maya via internet. (sumber: <https://mazipanneh.wordpress.com/2012/01/05/sejarah-dan-perkembangan-handphone-dari-masa-ke-masa/>)

Pada tahun 2007 mulai adanya revolusi iPhone yang memperkenalkan iPhone ke pasar. iPhone sama sekali tidak disertai tuts *keyboard* ataupun *stylus pen* dan iPhone mewakili produk yang *simple* dan elegan. iPhone memiliki sistem operasi berbasis iOS. Tahun 2008 mulai hadir *handphone* android. HTC Dream merupakan ponsel Android pertama yang diperkenalkan dipasaran. Sistem operasional android dikembangkan oleh Google. *Handphone* Android tidak hanya HTC saja melainkan ada Samsung, Xiaomi, LG, dan masih banyak lagi. (sumber: <https://mazipanneh.wordpress.com/>)

Samsung merupakan salah satu merek yang menggunakan sistem Android. Samsung merupakan salah satu perusahaan elektronik terbesar dunia. Samsung didirikan oleh Lee Byung-chull dan Kang Gary pada 1 Maret 1938 di Daegu, Korea. Samsung beroperasi di 58 negara dan memiliki lebih dari 208.000 pekerja. Sampai saat ini Samsung merupakan salah satu *brand ambassador smartphone* di pasaran. Di mana salah satu produk yang menjuarai pasaran adalah Samsung Galaxy. (sumber: <https://id.wikipedia.org>)

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan *smartphone* Samsung, di antaranya adalah model, harga, fitur, ketahanan, kamera, mp3, purna jual dan layanan. Dari faktor yang telah disebutkan, ada beberapa faktor yang sangat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan Samsung, yaitu model dan fitur yang termasuk ke dalam kualitas produk tersebut, serta purna jual dan layanan yang termasuk ke dalam kualitas dari pelayanan. Samsung memiliki fitur LED *flash* dimana dengan adanya fitur tersebut mampu memuaskan para pelanggan Samsung yang cenderung suka melakukan *selfie*. Rentang harga yang diberikan Samsung juga bervariasi sehingga dapat disesuaikan dengan kondisi keuangan pelanggan Samsung. (sumber: <https://www.researchgate.net/>)

Samsung merupakan salah satu merek *handphone* atau *smartphone* yang menjadi favorit banyak kalangan. Samsung juga mempunyai jumlah penjualan yang sangat tinggi. Hal ini dikarenakan Samsung memiliki banyak jenis atau tipe *handphone* yang ditawarkan. Misalnya saja dari seri yang ditawarkan ada Note, Galaxy S, Galaxy J, Galaxy A, dan lainnya. Dari setiap seri yang ditawarkan akan ada lagi tipe *handphone* dengan fitur yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. (sumber: <http://www.samsung.com/id/smartphones/>)

Dari banyaknya jenis atas tipe *handphone* yang ditawarkan membuat konsumen tidak akan sulit dalam membeli *handphone* Samsung. Samsung juga tidak hanya mengeluarkan *handphone* saja tapi juga mengeluarkan Tab dengan ukuran yang jauh lebih besar, sehingga pengguna dapat menggunakannya dengan nyaman. Tab memiliki beberapa tipe seperti Galaxy Tab S, Galaxy Tab A, dan, Galaxy Tab 3. Tab juga memiliki fitur yang berbeda-beda dari setiap tipe Tab yang ada. (sumber: <http://www.samsung.com/id/tablets>)



Hak cipta milik IBI Kwik Kian Gie. Seluruh isi dan gambar yang terdapat di sini adalah hak cipta IBI Kwik Kian Gie. Tidak diperbolehkan untuk menyalin, menduplikasi, atau menyebarkan isi dan gambar ini tanpa izin IBI Kwik Kian Gie.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Tabel 1.1  
Data Penjualan Smartphone pada Kuartal Kedua Tahun 2017

Vendor	Unit Terjual 2017 (dalam jutaan)
Samsung	82,535.1
Apple	44,314.8
Huawei	35,964.3
Oppo	26,092.5
Vivo	24,324.6
Lainnya	153,003.1
Total	366,234.4

Sumber: dari <http://tekno.kompas.com>

Dari tabel di atas dapat dilihat bagaimana penjualan *smartphone* pada tahun 2017. Samsung menduduki peringkat pertama dengan penjualan unit yang sangat tinggi dibandingkan dengan merek lainnya. Pada kuartal kedua Samsung sudah dapat menjual sebanyak 82 juta unit. Maka tidak heran jika Samsung dapat merajai penjualan di pasar gadget.

Dengan banyaknya produk yang dimiliki membuat Samsung dapat merajai pasar penjualan *smartphone* hingga saat ini. Data menunjukkan pada kuartal I tahun 2017 Samsung mengalami pertumbuhan volume penjualan sebesar 15%. Direktur PT. Samsung Indonesia mengatakan bahwa penjualan *smartphone* terus menunjukan grafik yang positif serta menambah kenaikan hingga dua digit angka. Samsung Galaxy A Series dan S8 menjadi andalan Samsung sehingga mampu menaikkan volume penjualan di pasar baik domestik maupun global. (sumber:<http://industri.bisnis.com/>)

Pada tahun 2014 Samsung dianggap memuaskan pelanggannya. Berdasarkan indeks American Consumer, Samsung memiliki tingkat kepuasan pelanggan sebesar 81 poin. Samsung mengalami kenaikan tingkat kepuasan pelanggan karena adanya strategi yang digunakan oleh Samsung. Samsung menggunakan bahan material metal pada ponselnya. Hal ini yang membuat pengguna setia Samsung merasa adanya inovasi yang diberikan oleh Samsung dan produk yang ditawarkan menjadi semakin baik. (sumber: <http://inet.detik.com/>)

Ponsel Samsung tidak hanya dijual di toko Samsung Center saja, akan tetapi Samsung juga dijual di toko-toko ponsel biasa yang berada di pusat perbelanjaan, seperti di Lippo Plaza Kramat Jati. Tempat servis yang disediakan oleh Samsung juga terbilang banyak sehingga memudahkan pelanggan dalam mencari tempat untuk memperbaiki ponsel mereka. Samsung memiliki tempat servis yang sama dengan tempat penjualan ponsel mereka, yaitu Samsung Center yang terdapat di berbagai pusat perbelanjaan. (sumber: <http://lawatek.com/2015/06/09/daftar-alamat-service-center-resmi-samsung-di-indonesia/>)

Berdasarkan pengamatan penulis, Samsung Center memiliki sistem yang terorganisir terlihat dari para pelanggan yang ingin mengajukan klaim perbaikan ponsel. Pengunjung yang datang harus terlebih dahulu mengambil nomor antrian, lalu menunggu sesuai dengan nomor antrian. Pihak Samsung akan memanggil nomor urut dan pengunjung diminta untuk duduk di tempat yang disediakan. Lalu setelah mendengar keluhan konsumen, pihak Samsung akan terlebih dahulu memeriksa kondisi ponsel sesuai dengan apa yang dikeluhkan. Apabila permasalahan sudah ditemukan maka pihak Samsung akan menjelaskan dan memberikan rincian harga yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk memperbaiki *smartphone*. Biasanya *smartphone* akan ditinggal untuk masa perbaikan.

Berdasarkan pengalaman dari salah satu pengguna *smartphone* Samsung, pengguna tersebut kecewa dengan kualitas pelayanan Samsung karena pengguna merasa dipermainkan ketika menyampaikan keluhan yang dirasakan. Pengguna tersebut disarankan untuk mengunjungi tempat di mana pengguna tersebut membeli. Setelah melakukan negosiasi pengguna tersebut diminta untuk menunggu selama 30 hari untuk melakukan penukaran produk. Namun setelah pengguna menunggu selama 30 hari tidak ada pemberitahuan untuk pengambilan produk. (sumber: <https://www.kaskus.co.id/>)

Terdapat juga ketidakpuasan yang dirasakan oleh pelanggan terhadap produk Samsung Galaxy J7 Pro. Di mana pelanggan merasa fitur yang ditawarkan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan, terutama pada sektor kamera. Pelanggan beranggapan bahwa dengan mengetahui detail spesifikasi yang



diberikan, pelanggan akan mendapatkan hasil dari kamera dengan kualitas yang baik. Namun dari hasil yang didapat, pelanggan merasa hasil didapat yang biasa saja. (sumber: erafone.com/samsung-galaxy-j7-pro)

Samsung merupakan pemain pasar *smartphone* yang cukup dominan, dilihat dari tingkat *market share* Samsung. (sumber: <http://teknokompas.com>). Oleh karena itu Samsung perlu meningkatkan kualitas pelayanan dan terus memperhatikan produknya. Menurut Kotler dan Keller (2016: 156) kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

### Batasan Masalah

1. Bagaimana persepsi pelanggan terhadap kualitas produk Samsung?
2. Bagaimana persepsi kualitas layanan Samsung menurut pelanggan?
3. Bagaimana kepuasan pelanggan Samsung?
4. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Samsung?
5. Apakah terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Samsung?

### Tujuan Penelitian

1. Persepsi pelanggan terhadap kualitas produk Samsung.
2. Persepsi kualitas layanan Samsung menurut pelanggan.
3. Kepuasan pelanggan Samsung.
4. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Samsung.
5. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Samsung.

## KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

### Kualitas Produk

Kualitas produk menurut Kotler dan Armstrong (2015: 236), adalah karakteristik produk atau layanan yang sesuai dengan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat. Kualitas produk adalah salah satu alat *positioning* utama seorang pemasar.

Menurut Kotler dan Keller (2016: 393) terdapat 9 dimensi yaitu, bentuk, keistimewaan, kualitas kinerja, kesesuaian kualitas, daya tahan, keandalan, kemudahan perbaikan, gaya, penyesuaian

### Kualitas Layanan

Menurut Lewis dan Broom dalam Tjiptono (2012) kualitas layanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Menurut A. Parasuraman yang dikutip oleh Fitzsimmons (2014: 144), terdapat 5 dimensi kualitas layanan yaitu, *Reliability* (keandalan), *Responsiveness* (responsivitas), *Assurance* (jaminan), *Empathy* (empati), *Tangible* (wujud)

### Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dan Keller (2016: 153), "*satisfaction is a person's feelings of pleasure or disappointment that result from comparing a product or service's perceived performance (or outcome) to expectations.*"

Artinya kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan oleh suatu produk atau layanan terhadap harapan. Apabila kinerja atau pengalaman yang diterima tidak sesuai harapan, maka pelanggan merasa tidak puas. Sebaliknya, apabila kinerja yang diterima sesuai harapan, maka pelanggan merasa puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan akan merasa sangat puas atau senang.



## Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut Dewi Kurniawati dan teman-teman (2014), hubungan antar kualitas produk dengan kepuasan pelanggan memiliki kaitan yang sangat erat. Biasanya jika produk yang ditawarkan perusahaan berkualitas baik kemudian konsumen membeli dan mengkonsumsi langsung dan produk tersebut melebihi ekspektasi dari konsumen, maka dapat dikatakan mereka puas terhadap produk tersebut. Sebaliknya pun begitu, jika saat mengkonsumsi mereka cenderung kecewa maka mereka akan beralih pada produk yang lain. Kepuasan konsumen sendiri ditimbulkan dari kualitas yang diberikan oleh perusahaan, semakin baik kualitasnya semakin banyak pula pelanggan yang di miliki, perusahaan harus mempertahankan kualitas yang sudah di miliki atau menambah kualitas yang lebih baik agar konsumen tidak terpengaruh oleh pesaing yang lain dan tetap setia pada merek tersebut.

**H1: Terdapat pengaruh positif kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan *smartphone* Samsung.**

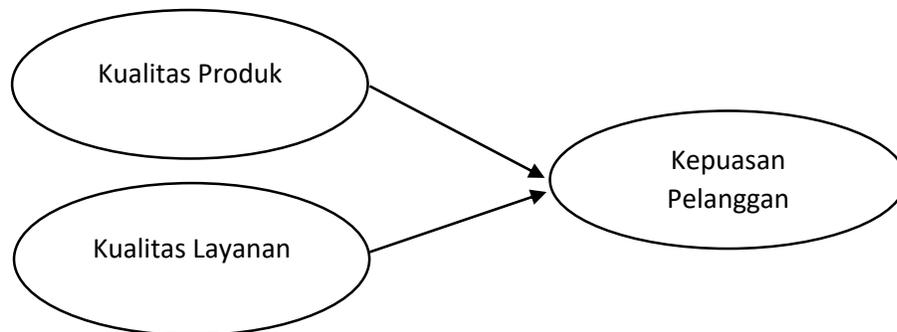
## Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kualitas Layanan

Menurut Lukman Khakim dan teman-teman (2015), agar dapat bersaing, bertahan hidup, dan berkembang perusahaan dituntut agar mampu memberikan pelayanan berkualitas yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Produk dan jasa yang tidak memenuhi kualitas dengan sangat mudah ditinggalkan dan akhirnya pelanggan beralih ke swalayan lain. Untuk mengantisipasi hal tersebut tentunya akan mengutamakan perluasan produk dan pelayanan yang berorientasi pada pelayanan yang mengutamakan kepuasan pelanggan.

**H2: Terdapat pengaruh positif kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan *smartphone* Samsung.**

Selanjutnya konsep dan hubungan antar variabel yang diuraikan di atas disajikan dalam skema kerangka pemikiran seperti pada Gambar 1.

Gambar 1  
Kerangka Pemikiran



## METODE PENELITIAN

Objek pada penelitian ini adalah *Smartphone* Samsung Lippo Plaza Kramat Jati. Subjek dari penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan *smartphone* Samsung.

## VARIABEL PENELITIAN

Variabel Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah :



### 1. Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Amstrong (2015: 230), produk adalah apapun yang bisa ditawarkan ke pasar untuk menarik perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk merupakan elemen kunci dalam keseluruhan penawaran pasar. Perencanaan bauran pemasaran dimulai dengan membangun penawaran yang membawa nilai bagi target pelanggan. Penawaran ini menjadi dasar di mana perusahaan membangun hubungan pelanggan yang menguntungkan. Pengukuran variabel kualitas produk menggunakan skala Likert dengan 5 derajat kesetujuan, mengacu pada Kotler dan Keller (2016) adalah dengan melalui sepuluh item pernyataan.

### 2. Kualitas Layanan

Menurut Kotler dan Keller (2016: 156), kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Pengukuran variabel kualitas layanan menggunakan skala Likert dengan 5 derajat kesetujuan, mengacu pada A. Parasuraman dalam Fitzsimmons (2014: 144) adalah dengan melalui dua belas item pernyataan.

### 3. Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dan Keller (2016: 153), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan oleh suatu produk atau layanan terhadap harapan. Apabila kinerja atau pengalaman yang diterima tidak sesuai harapan, maka pelanggan merasa tidak puas. Sebaliknya, apabila kinerja yang diterima sesuai harapan, maka pelanggan merasa puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan akan merasa sangat puas atau senang. Pengukuran variabel kepuasan pelanggan menggunakan skala Likert dengan 5 derajat kesetujuan, mengacu pada Kotler dan Keller (2016) adalah dengan melalui lima item pernyataan.

### Teknik Pengambilan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan *smartphone* Samsung di Jakarta. Teknik sampling yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan teknik *judgement sampling*, yaitu sampel non probabilitas yang pengambilan anggota sampelnya berdasarkan kriteria tertentu yakni konsumen yang menggunakan *smartphone* Samsung di Jakarta Timur.

### Teknik Analisis Data

Alat analisis untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian menggunakan *software* SPSS 23. Dalam analisis pada penelitian ini akan dilakukan uji validitas, uji reabilitas, skala likert, uji asumsi klasik, dan uji regresi berganda.

### Hasil dan Pembahasan

#### 1. Uji Validitas

Indikator pernyataan dikatakan valid apabila nilai  $r$  hitung  $> 0,361$ . Indikator yang valid mengindikasikan bahwa indikator betul-betul mengukur apa yang ingin diukur dalam penelitian ini. Dari 110 responden yang telah dikumpulkan, hasilnya menunjukkan hampir semua indikator dari setiap variabel memenuhi kriteria yang ada sehingga dapat dikatakan valid. Namun pada variabel kualitas produk terdapat 6 butir indikator yang tidak valid (lihat Tabel 1).

Tabel 1  
Uji Validitas

A. Variabel Kualitas Produk			
No.	Indikator	r hitung	Keputusan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Copyright © 2019 by Institut Teknologi dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang menyalin atau seluruhnya atau sebagian karya tulis ini tanpa mengutip sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

1	<i>Smartphone</i> Samsung memiliki bentuk yang menarik	.050	Tidak Valid
2	Ukuran yang dimiliki <i>smartphone</i> Samsung bervariasi	.422	Valid
3	Fitur yang disediakan <i>smartphone</i> Samsung lengkap	.592	Valid
4	<i>Smartphone</i> Samsung memiliki fitur yang beragam	.302	Tidak Valid
5	Kinerja yang ditawarkan baik	.030	Tidak Valid
6	<i>Smartphone</i> Samsung memiliki keunggulan yang tinggi	.565	Valid
7	Spesifikasi yang ditawarkan sesuai	-.043	Tidak Valid
8	Kualitas <i>smartphone</i> Samsung sesuai dengan yang dijanjikan	.474	Valid
9	<i>Smartphone</i> Samsung tidak mudah rusak	.757	Valid
10	<i>Smartphone</i> Samsung memiliki daya tahan baterai yang cukup lama	.912	Valid
11	<i>Smartphone</i> Samsung dapat dipakai dalam jangka waktu yang lama.	.770	Valid
12	<i>Smartphone</i> Samsung dapat diandalkan	.726	Valid
13	<i>Smartphone</i> Samsung mudah untuk mendapatkan perbaikan	.346	Tidak Valid
14	<i>Smartphone</i> Samsung mudah diperbaiki oleh pengguna	.565	Valid
15	<i>Smartphone</i> Samsung memiliki desain yang unik	.488	Valid
16	<i>Smartphone</i> Samsung memiliki banyak pilihan warna	.257	Tidak Valid
<b>B. Kualitas Layanan</b>			
1	Karyawan melayani konsumen sesuai dengan standar operasi	.804	Valid
2	Karyawan memperbaiki <i>smartphone</i> Samsung sesuai dengan waktu yang dijanjikan	.757	Valid
3	Karyawan memiliki kemampuan yang baik dalam memperbaiki <i>smartphone</i> Samsung	.695	Valid
4	Karyawan selalu bersedia dalam membantu konsumen	.648	Valid
5	Kecepatan dalam memperbaiki <i>smartphone</i> Samsung	.825	Valid
6	Karyawan Samsung Center memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan yang diajukan konsumen	.824	Valid
7	Konsumen merasa aman untuk memperbaiki <i>smartphone</i> Samsung di Samsung Center	.598	Valid
8	Karyawan ramah dalam melayani konsumen	.625	Valid
9	Karyawan memahami keinginan konsumen	.713	Valid
10	Karyawan memberikan perhatian kepada konsumen secara personal	.744	Valid
11	Penampilan dan kerapian karyawan <i>customer service</i> Samsung	.448	Valid
12	Kenyamanan dan kebersihan Samsung Center	.555	Valid
<b>C. Kepuasan Pelanggan</b>			

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Pendidikan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1	Pelanggan <i>smartphone</i> Samsung dengan tingkat kepuasan yang tinggi cenderung setia untuk jangka waktu yang lama	.432	Valid
2	Pelanggan yang puas akan membeli lebih banyak saat Samsung memperkenalkan produk baru atau produk yang diperbaharui	.363	Valid
3	Pelanggan <i>smartphone</i> Samsung yang puas akan berbicara yang baik tentang perusahaan dan produknya kepada orang lain	.606	Valid
4	Pelanggan <i>smartphone</i> Samsung yang puas cenderung akan kurang memperhatikan merek pesaing dan kurang sensitif terhadap harga	.657	Valid
5	Pelanggan <i>smartphone</i> Samsung akan menawarkan ide produk atau layanan kepada perusahaan	.376	Valid

2. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran dilakukan berulang dua kali atau lebih. Indikator pernyataan dinyatakan reliabel apabila nilai dari Cronbach's Alpha > 0,7.

Tabel 2.  
Uji Reabilitas

No.	Variabel	Cronbach's Alpha
1	Kualitas Produk	.850
2	Kualitas Layanan	.926
3	Kepuasan Pelanggan	.715

Dari hasil tabel diatas menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha untuk setiap variabel > 0,7. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa pengukuran semua variabel dalam penelitian ini adalah reliabel.

3. Skala Likert

Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang fenomena sosial. Dengan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, seperti tabel 3.

Tabel 3.  
Jawaban Skala Likert

Respon	Skor
1. Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2. Tidak Setuju (TS)	2
3. Netral (N)	3
4. Setuju (S)	4
5. Sangat Setuju (SS)	5



#### 4. Uji Normalitas

Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan Uji Kolmogrov-Smirnov, apabila nilai Sig > 0,05 maka dinyatakan data residual berdistribusi normal.

Tabel 4.  
Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		110
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.48138467
	Absolute	.061
Most Extreme Differences	Positive	.061
	Negative	-.057
Kolmogorov-Smirnov Z		.061
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>a</sup>

Hasil uji normalitas pada tabel 3 menunjukkan nilai pada kolom *Asymp.Sig (2-tailed)* sebesar 0,200 > 0,05 sehingga disimpulkan data residual berdistribusi normal.

#### 5. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Pengambilan keputusan penelitian yaitu jika sig > (0,05) tidak terdapat heteroskedastisitas dan jika sig < (0,05) terdapat heteroskedastisitas.

Tabel 5.  
Hasil Uji Heterokedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.363	.195		1,892	.061
1 Rata_rata_kpr	-.006	.057	-.012	-.097	.923
Rata_rata_kl	-.006	.056	.012	.101	.920

Berdasarkan tabel 4 dapat dilihat bahwa nilai sig variabel independen yaitu kualitas produk (Sig. 0,923) dan kualitas layanan (Sig. 0,920) > 0,05 sehingga dapat disimpulkan tidak ada masalah heteroskedastisitas di dalam model regresi.

#### 6. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**7. Uji Model (uji F)**

Uji model atau uji ANOVA digunakan untuk melihat bagaimanakah pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya. Apabila nilai sig < 0,05 maka model regresi baik dan dapat digunakan.

Tabel 6.  
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 Rata_rata_kpr	.650	1.539
Rata_rata_kl	.650	1.539

Tabel 7.  
Hasil Uji Model (uji F)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	23.183	2	11.592	49.105	.000 <sup>b</sup>
	Residual	25.259	107	.236		
	Total	48.442	109			

Berdasarkan hasil output pada tabel 6, diketahui bahwa nilai sig (0,000) < α (0,05). Artinya model regresi fit dapat digunakan.

**8. Uji Variabel (uji t)**

Uji t digunakan untuk melihat signifikansi regresi, apakah variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 8.  
Hasil Uji Variabel (uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.733	.306		2.397	.018
	Rata_rata_kpr	.304	.090	.294	3.391	.001
	Rata_rata_kl	.485	.088	.476	5.500	.000

Diketahui nilai sig dari variabel kualitas produk sebesar (0,001/2) < α = 0,05 sehingga dinyatakan bahwa variabel kualitas produk secara positif mempengaruhi kepuasan pelanggan dan nilai sig dari variabel kualitas layanan sebesar (0,000/2) < α = 0,05 sehingga dinyatakan bahwa variabel kualitas layanan secara positif mempengaruhi kepuasan pelanggan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang. Hak Cipta milik IBI KKG. Untuk informasi lebih lanjut hubungi IBI KKG di nomor telepon 021-25343111 atau melalui email ibi.kkg@ibikkg.com

## 9. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinansi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinansi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas.

Tabel 9.  
Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.692 <sup>a</sup>	.479	.469	.486

Berdasarkan tabel 6 diketahui nilai R Square ( $R^2$ ) adalah sebesar 0,479. Berarti 47,9% dari variabel kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk dan kualitas layanan, sedangkan sisanya sebesar 52,1% dijelaskan oleh variabel lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan kualitas layanan cukup berperan dalam menjelaskan kepuasan pelanggan pada *Smartphone* Samsung.

## Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil uraian data yang telah dikemukakan sebelumnya maka dapat diperoleh hal-hal sebagai berikut:

### 1. Analisis Kualitas Produk

Variabel kualitas produk memiliki nilai skor rata-rata sebesar 3,7 yang berada pada rentang skala setuju. Maka dapat dinyatakan bahwa kualitas produk pada *smartphone* Samsung dapat dikatakan baik.

### 2. Analisis Kualitas Layanan

Variabel kualitas produk memiliki nilai skor rata-rata sebesar 3,84 yang berada pada rentang skala setuju. Maka dapat dinyatakan bahwa kualitas layanan pada *smartphone* Samsung dapat dikatakan baik.

### 3. Analisis Kepuasan Pelanggan

Variabel kualitas produk memiliki nilai skor rata-rata sebesar 3,71 yang berada pada rentang skala setuju. Maka dapat dinyatakan bahwa kepuasan pelanggan pada *smartphone* Samsung dapat dikatakan puas.

### 4. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji t dapat diketahui bahwa kualitas produk dan kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan *smartphone* Samsung.

## Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan hasil sebagai berikut:

1. Berdasarkan skor rata-rata, kualitas produk pada *smartphone* Samsung belum dapat dikatakan baik. Ada beberapa indikator kualitas produk yang belum termasuk baik sehingga perlu adanya peningkatan. Hal ini dapat dilihat dari pertanyaan *smartphone* Samsung memiliki daya tahan baterai yang cukup lama dan pertanyaan Pengguna dapat memperbaiki sendiri *smartphone* Samsung yang berada pada posisi netral. Oleh karena itu perlu adanya peningkatan kualitas produk *smartphone* Samsung sehingga pelanggan dapat merasa lebih nyaman dalam menggunakan *smartphone* Samsung. Artinya responden merasa baterai yang dimiliki Samsung tidak dapat bertahan lama dan pengguna merasa *smartphone* Samsung tidak mudah atau tidak dapat untuk diperbaiki sendiri.



2. Berdasarkan skor rata-rata, kualitas layanan dapat dikatakan baik. Namun ada indikator kualitas layanan yang belum baik sehingga perlu adanya peningkatan. Hal ini dapat dilihat dari pertanyaan karyawan memberikan perhatian kepada konsumen secara personal yang memiliki nilai skor rata-rata yang rendah. Oleh karena itu, perusahaan harus meningkatkan pelatihan kepada karyawannya agar dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen.
3. Berdasarkan skor rata-rata, kepuasan pelanggan pada *smartphone* Samsung dapat dikatakan baik. Namun ada indikator pertanyaan yang belum termasuk baik sehingga perlu adanya peningkatan. Hal ini dapat dilihat dari pertanyaan pelanggan *smartphone* Samsung akan menawarkan ide produk atau layanan kepada perusahaan yang memiliki nilai skor rata-rata rendah. Artinya responden belum banyak memberikan ide kepada Samsung.
4. Hasil penelitian menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa hipotesis diterima, maka dapat dikatakan bahwa variabel kualitas produk signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini sesuai dengan penelitian oleh Putu Ayu Yulia Pusparani dan Ni Made Rastini (2014) dimana dalam penelitiannya juga diperoleh hasil yang sama yaitu terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas produk dengan kepuasan konsumen. Peran kualitas produk sangat dibutuhkan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.
5. Hasil penelitian menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa hipotesis diterima, maka dapat dikatakan bahwa variabel kualitas layanan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini sesuai dengan penelitian oleh Lukman Khakim, Azis Fahtoni, dan Maria M Minarsih (2015) dimana dalam penelitiannya juga diperoleh hasil yang sama yaitu terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Peran kualitas layanan sangat dibutuhkan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

## Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan hasil penelitian yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya, maka penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Kualitas produk yang diberikan Samsung kepada konsumen secara keseluruhan belum dapat dikatakan sangat baik hal ini dikarenakan masih ada beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur kualitas produk menunjukkan bahwa konsumen netral.
2. Kualitas layanan yang diberikan Samsung secara keseluruhan sudah dapat dikatakan baik karena sebagian besar indikator kualitas layanan yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan menunjukkan bahwa konsumen setuju.
3. Konsumen *smartphone* Samsung sudah dapat dikatakan puas terhadap kualitas layanan dan kualitas produk yang diberikan oleh Samsung.
4. Terdapat pengaruh yang positif antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Apabila kualitas produk meningkat maka kepuasan pelanggan akan meningkat juga.
5. Terdapat pengaruh yang positif antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Apabila kualitas layanan yang diberikan meningkat maka kepuasan pelanggan akan meningkat juga.

## Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijabarkan, terdapat beberapa hal yang disarankan peneliti. Adapun saran-saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Samsung sebaiknya meningkatkan kualitas produknya kembali agar konsumen tetap merasa puas terhadap produknya. Misalnya dengan meningkatkan daya tahan baterai yang dimiliki setiap *smartphone* agar konsumen tidak merasa bahwa baterai *smartphone* mereka cepat habis.



2. Samsung harus tetap mempertahankan kualitas layanan dan meningkatkan pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Misalnya dengan adanya pelatihan bagi setiap karyawan agar dapat menghadapi konsumen dengan baik dan melayani dengan baik dan sesuai dengan prosedur.
3. Samsung harus mempertahankan konsumen yang sudah puas terhadap produk dan layanan yang diberikan. Misalnya dengan memberikan hadiah kecil setiap melakukan transaksi *smartphone* terbaru. Dan karyawan Samsung juga harus meningkatkan layanan terhadap konsumennya agar konsumen merasa dilayani dengan baik.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku Teks

- Fitzsimmons, James A., Mona J. Fitzsimmons, Sanjeev K. Bordoloi (2014), *Service Management*, 8<sup>th</sup> Edition, New York: McGraw Hill.
- Ghozali, Imam (2016), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*, Edisi 8, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hasan, Ali (2013), *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*, Edisi 2, Yogyakarta: CAPS(Center For Academic Publishing Service).
- Keegan, Warren J., Mark C. Green (2015), *Global Marketing*, 8<sup>th</sup> Edition, England: Pearson.
- Kotler, Philip., Gary Amstrong (2015), *Marketing An Introduction*, 12<sup>th</sup> Edition, England: Pearson.
- Kotler, Philip., Gary Amstrong (2016), *Principles of Marketing*, 16<sup>th</sup> Edition, England: Pearson.
- Kotler, Philip., Kevin L. Keller (2016), *Marketing Management*, 15<sup>th</sup> Edition, England: Pearson.
- Sugiyono (2015), *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta.
- Zeithaml, Valerie A., Mary J. Binter, & Dwayne D. Gremler (2013), *Services Marketing*, 6<sup>th</sup> Edition, New York: McGraw Hill.

### Website

- Tekno Kompas, Data Penjualan *Smartphone*, di akses November 2017 <http://tekno.kompas.com/>
- Sejarah dan Perkembangan *Smartphone* dari Masa ke Masa, di akses November 2017 <https://mazipanneh.wordpress.com/2012/01/05/sejarah-dan-perkembangan-handphone-dari-masa-ke-masa/>
- Wikipedia 2017, Samsung, di akses November 2017 <https://id.wikipedia.org/>
- Samsung 2017, *Smartphone* Samsung, di akses November 2017 <http://www.samsung.com/id/smartphones/>
- Research 2017, Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Samsung, di akses November 2017 <https://www.researchgate.net/>
- Samsung 2017, Tablet Samsung, di akses November 2017 <http://www.samsung.com/id/tablets/all-tablets/>
- Industri Bisnis 2017, Penjualan Samsung Meningkat, di akses November 2017 <http://industri.bisnis.com/>
- Lawang Teknologi 2015, Lokasi Samaung *Center*, di akses November 2017 <http://lawatek.com/2015/06/09/daftar-alamat-service-center-resmi-samsung-di-indonesia/>
- Detik 2014, Kepuasan Pelanggan Samsung, di akses November 2017 <https://inet.detik.com/>
- Erafone 2017, Kendala *Smartphone* Samsung, di akses November 2017 <https://erafone.com/samsung-galaxy-j7-pro/>
- Kaskus 2017, Pengguna Samsung kecewa dengan pelayanan Samsung Service Center, di akses November 2017 <https://www.kaskus.co.id/>
- Google 2017, Logo Samsung, di akses Desember 2017 <https://www.kaskus.co.id/thread/5a249d7a9e74042a178b456d/kecewa-dengan-pelayanan-samsung-service-center/>

1. Dilarang menyalin atau menjiplak sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.  
2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya atau melakukan transaksi *smartphone* terbaru. Dan karyawan Samsung juga harus meningkatkan layanan terhadap konsumennya agar konsumen merasa dilayani dengan baik.



Samsung 2017, Tentang Perusahaan Samsung, di akses Desember 2017  
<http://www.samsung.com/id/aboutsamsung/home/>

**Jurnal**

Ardi, Aditya izar 2014, Pengaruh Kualitas Produk Smartphone Samsung berbasis Android Terhadap Kepuasan Konsumen dalam Menggunakan Produk Samsung Galaxy S4 (studi di Bandung Tahun 2014). Bandung.

Khakim, L., Fahtoni, A., dan Maria M. Minarsih, 2016, Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Variabel Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. Semarang, *Vol.2 No.2*.

Kurniawati, D., Suharyono, dan Andirani K., 2014, Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan KFC Cabang Kawi Malang). Malang, *Vol 14 No.2*.

Pusparani, Putu Y., dan Ni M. Rastini, 2014 Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Kamera Canon Digital Single Lens Reflex (DSLR) di Kota Denpasar. Denpasar, *Vol 3 No. 5*.

Saleem, Hamad, dan Naintara S. Raja, 2014, The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction, Customer Loyalty and Brand Image: Evidence from Hotel Industry of Pakistan. Pakistan, *Vol 16*.

Wangkar, Anneke 2013, Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Pelanggan, Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Studi Pada PT.WILLIAM MAKMUR PERKASA MANADO). Manado, *Vol 1 No. 3*.

Yulianty, Tetty, 2014, Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking Dan Brand Equity Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. BANK MANDIRI SYARIAH Cabang KCP MEDAN AKSARA. Medan, *Vol 14 No. 2*.

**Buku Terjemahan**

Cooper, Donald R., Pamela S Schindler (2014), *Bussines Research Methods*, Edisi 12, New York: McGraw Hill. Terjemahan oleh Rahma Wijayanti dan Gina Gania, Jakarta, Penerbit Salemba 4

Lampiran 1 Skor Rata-rata kuallitas produk

Pertanyaan	Kriteria Pertanyaan					Mesn
	STS	STS	STS	STS	STS	
	1	2	3	4	5	
Smartphone Samsung memiliki ukuran produk yang bervariasi	1	2	17	41	49	4,23
Smartphone Samsung memiliki fitur yang lengkap	-	4	25	48	33	4,00
Smartphone Samsung memiliki kualitas yang tinggi	-	4	19	55	32	4,05
Smartphone Samsung memiliki keunggulan yang tinggi	-	7	23	53	27	3,91
Smartphone Samsung tidak mudah rusak	3	17	37	34	19	3,45
Smartphone Samsung memiliki daya tahan baterai yang cukup lama	7	20	30	35	18	3,34
Smartphone Samsung awet dan dapat digunakan dalam jangka waktu yang lama	4	13	29	43	21	3,58

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Lampiran 2 Skor Rata-rata kuallitas layanan

Smartphone Samsung dapat diandalkan	1	7	20	53	29	3,93
Pengguna dapat memperbaiki sendiri smartphone Samsung	16	30	37	20	7	2,75
Smartphone Samsung menawarkan desain yang unik	6	9	31	39	25	3,62
Rata-rata						3,7

Pertanyaan	Kriteria Pertanyaan					Mean
	STS	TS	N	S	SS	
	1	2	3	4	5	
Karyawan Samsung Center melayani sesuai dengan standar operasi	1	4	38	48	19	3,73
Karyawan Samsung Center memperbaiki produk sesuai dengan waktu yang dijanjikan	-	8	44	40	18	3,63
Karyawan Samsung Center memiliki kemampuan dalam memperbaiki produk	-	4	36	43	27	3,85
Karyawan Samsung Center bersedia dalam melayani konsumen	-	4	25	43	38	4,05
Karyawan Samsung Center cepat dalam memperbaiki produk	1	5	44	43	17	3,64
Karyawan Samsung Center memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan yang diajukan konsumen	-	6	29	48	27	3,87
Konsumen merasa aman untuk memperbaiki smartphone Samsung di Samsung Center	-	3	25	42	40	4,08
Karyawan ramah dalam melayani konsumen	1	2	32	47	28	3,90
Karyawan memahami keinginan konsumen	2	3	39	43	23	3,75
Karyawan memberikan perhatian kepada konsumen secara personal	1	10	42	37	20	3,59
Karyawan berpenampilan rapi dan menggunakan seragam	-	1	28	46	35	4,05
Samsung Center menjaga kebersihannya	1	1	28	50	30	3,97
Rata-rata						3,84

Lampiran 3 Skor Rata-rata kepuasan pelanggan

Pertanyaan	Kriteria Pertanyaan					Mean
	STS	TS	N	S	SS	
	1	2	3	4	5	

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
  2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Pelanggan smartphone Samsung dengan tingkat kepuasan yang tinggi cenderung setia untuk jangka waktu yang lama	1	4	27	53	25	3,88
Pelanggan yang puas akan membeli lebih banyak saat Samsung memperkenalkan produk baru atau produk yang diperbaharui	-	8	42	40	20	3,69
Pelanggan smartphone Samsung yang puas akan berbicara yang baik tentang perusahaan dan produknya kepada orang lain	-	3	32	49	26	3,89
Pelanggan smartphone Samsung yang puas cenderung akan kurang memperhatikan merek pesaing dan kurang sensitive terhadap harga	2	13	31	43	21	3,62
Pelanggan smartphone Samsung akan menawarkan ide produk atau layanan kepada perusahaan	4	8	46	31	21	3,52
Rata-rata						3,71

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.