
 KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA SMARTPHONE ANDROID

Harga (X₃) SAMSUNG MELALUI KUALITAS PRODUK, MEREK DAN HARGA DI
KECAMATAN GROGOL KABUPATEN SUKOHARJO

(X3)

Merek (X₂)

(X2)

Pera Setyaningsih

email: perasetyaningsih@yahoo.co.id

Progdi:S1 Manajemen

STIE-AUB Surakarta

Nuryati

email: nuryatiharto@yahoo.co.id

Dosen prodi D3 Keuangan dan Perbankan

STIE AUB Surakarta

ABSTRACT

This study aimed to test the influence of the quality of the product, the brand and the price of consumer satisfaction against Samsung android smartphone users in the Grogol subdistrict Sukoharjo Regency. The population of this research is all Samsung android smartphone user Grogol subdistrict relic in Sukoharjo Regency. The study sampled the Grogol subdistrict community using Samsung android smartphone that add up to 100 people. The technique of sampling by means of Random Sampling. Based on multiple linear regression test results indicate that the variable quality of the product, the brand and the price effect is positive towards consumer satisfaction, variable pricing most dominant influence consumer satisfaction Samsung android smartphone users. The results of the test t variable product quality effect is not significantly to consumer satisfaction, brand and price influential variables significantly to consumer satisfaction. Based on the F-test of the variable quality of products, brands and price together influential significantly to consumer satisfaction android Samsung smartphone user Grogol subdistrict relic in Sukoharjo Regency.

Keyword: product quality, brand, price and customer satisfaction.

A. PENDAHULUAN

Fenomena yang terjadi pada saat ini adalah semakin banyak pengguna *smartphone* android. Android merupakan sebuah sistem operasi yang berbasis linux dan dirancang untuk perangkat seluler layar sentuh seperti *smartphone* serta *tablet*. Pada awalnya sistem operasi ini dikembangkan oleh perusahaan bernama Android Inc. yang kemudian dibeli oleh google pada tahun 2005. Sistem operasi android tersebut dirilis pada tahun 2007. *Smartphone* android adalah salah satu terobosan yang ada, yang banyak diminati oleh konsumen.

Pada saat ini banyak berbagai macam merek *smartphone* android yang berada di Indonesia salah satunya adalah merek samsung. *smartphone* andorid tidak pernah lepas dari nama besar Samsung. Perusahaan asal Korea Selatan tersebut memang menjadi salah satu produsen papan atas dunia yang menjadikan android sebagai operasi sistem andalan untuk memikat setiap konsumennya di dunia. Banyak produk Samsung yang sukses dipasarkan, baik segmen menengah kebawah atau menengah keatas. Dengan harga diatas lima juta rupiah tetap diburu oleh pecinta android di seluruh dunia. Samsung masih menjadi yang nomer satu dalam hal penjualan *smartphone* android, kualitas dan kuantitas yang selalu terjaga membuat setiap konsumen Samsung, lebih mempercayai produk mereka dibandingkan produk papan atas lainnya. (sumber:<http://droidchannel.com/harga-hp-Samsung>).

Di Indonesia *smartphone* android sangat berkembang pesat, hampir 51% android mampu menguasai pangsa pasar kebutuhan mobile di Indonesia (sumber: <http://techne.dailysocial.net/post/gfk>). Pangsa pasar android di Indonesia ini sendiri semakin meluas dikarenakan harga *smartphone* android yang terjangkau dan mempunyai fitur atau aplikasi yang lebih lengkap sesuai dengan yang dibutuhkan oleh masyarakat Indonesia.

Baru-baru ini, perusahaan riset pasar teknologi *Counterpoint* menampilkan sebuah laporan mengenai pangsa pasar ponsel di Indonesia pada Quartal pertama (Q1) tahun 2015, laporan tersebut sebagai berikut: Samsung mampu mengirim *smartphone* di Indonesia sebesar 32,9%, disusul Evercross 13,1%, Microsoft 12,9%, Mito 7,1%, Smartfren 6,1%, Lainnya 27,9%. (:(http://id.techinasia.com/pasar_ponsel_smartphone_shipments_dan_smartphone_Indonesia-Q1-2015))

Kualitas produk adalah salah satu faktor yang menentukan tingkat kepuasan konsumen. Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Di lihat dari kualitas *smartphone* Samsung android nampaknya berkualitas karena penjualannya yang naik pada tiap tahun, maka dari itu kualitas yang seperti apa yang membuat *smartphone* Samsung

Merek juga salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen android banyak diminati. *Smartphone* Samsung android sudah terkenal dan tidak asing lagi bagi masyarakat dan banyak diminati oleh para konsumen padahal ada beberapa merek *smartphone* yang juga terkenal di masyarakat seperti oppo, smartfren, lenovo dan masih banyak lagi tetapi penjualan Samsung masih berada diatas merek-merek tersebut.

Harga produk *smartphone* Samsung android bervariasi tergantung tipe *smartphone* Samsung android tersebut, dengan harga yang bervariasi tersebut memberikan kepuasan tersendiri bagi pengguna *smartphone* Samsung android

Dilihat minat masyarakat wilayah Grogol kabupaten Sukoharjo terhadap *smartphone* android semakin tinggi dibanding dengan *mobile phone* lainnya, utamanya banyaknya pengguna *smartphone* Samsung android dari kalangan pelajar, mahasiswa, pegawai atau karyawan di Wilayah kecamatan Grogol kabupaten Sukoharjo. Kualitas produk *smartphone* Samsung di nilai bagus bagi masyarakat di wilayah Grogol sehingga banyak pengguna *smartphone* Samsung android,serta merek *smartphone* Samsung sudah terkenal akan kualitasnya dan tidak asing lagi,sehingga masyarakat wilayah Kecamatan Grogol menyukai dan menggunakan *smartphone* Samsung tersebut, selain itu harga *smartphone* Samsung relatif untuk masyarakat, serta harga *smartphone* Samsung yang terjangkau kesesuaian harga yang pas dinilai menjadikan kepuasan konsumen tersendiri untuk masyarakat wilayah kecamatan Grogol Kabupaten Sukoharjo..

Berdasarkan hal tersebut dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna *smartphone* Samsung android?
2. Apakah merek secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna *smartphone* Samsung android?
3. Apakah harga secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna *smartphone* Samsung android?
4. Apakah kualitas produk, merek, dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna *smartphone* Samsung android?

B. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pengguna *smartphone* Samsung android pada masyarakat wilayah kecamatan Grogol kabupaten Sukoharjo.

2. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh merek terhadap kepuasan konsumen pengguna *smartphone* Samsung android pada masyarakat wilayah kecamatan Grogol kabupaten Sukoharjo.
3. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pengguna *smartphone* Samsung android pada masyarakat wilayah kecamatan Grogol kabupaten Sukoharjo.
4. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh kualitas produk, merek dan harga terhadap kepuasan konsumen pengguna *smartphone* Samsung android pada masyarakat wilayah kecamatan Grogol kabupaten Sukoharjo.

C. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini untuk konsumen pengguna *smartphone* Samsung android sebagai berikut :

- a. Melalui penelitian ini diharapkan konsumen dapat mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap *smartphone* Samsung android yang ada.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai informasi atau acuan dan sekaligus untuk memberikan rangsangan dalam melakukan penelitian selanjutnya tentang produk, karena masih banyak faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

D. Kajian Kepustakaan

Kepuasan konsumen adalah Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. (Kotler dan Keller, 2007 :177). Menurut Lupiyoadi (2001:158) kepuasan konsumen dipengaruhi lima faktor yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, emosi, harga, biaya.

Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. (Kotler : 2005:49). Sedangkan menurut Lupiyoadi (2001:158) menyatakan bahwa “konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas”.

Definisi merek menurut Kotler dan Keller (2009:332) ialah “nama, istilah, tanda, *symbol*, atau rancangan atau kombinasi hal-hal tersebut yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang/jasa dari seseorang atau sekelompok penjual dan untuk membedakannya dari produk pesaing.”

Menurut A.Aaker dalam kertajaya (2010:62) Brand adalah asset yang menciptakan *value* bagi pelanggan dengan meningkatkan kepuasan dan menghargai kualitas.

Menurut Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Sabran (2009:67), harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. Harga merupakan elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan, fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi membutuhkan banyak waktu.

Metode penetapan harga menurut Kotler dan Keller (2009:83) ada enam yaitu penetapan harga *markup*, penetapan harga tingkat pembelian sasaran, penetapan harga nilai anggapan, penetapan harga *going-rate*, penetapan harga jenis lelang.

E. HIPOTESIS

Hipotesis adalah dugaan sementara yang akan dibuktikan melalui penelitian empiris, hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H1 : kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna *smartphone* Samsung android.

H2 : merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna *smartphone* Samsung android.

H3 : harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna *smartphone* Samsung android.

F. Kerangka Pemikiran

Pada penelitian ini peneliti ingin meneliti tentang bagaimana pengaruh kualitas produk, merek dan harga terhadap kepuasan pengguna *smartphone* Samsung android, sebagai berikut :

Kerangka Pemikiran

Sumber : Putri Setyarini (2014)

G. METODE PENELITIAN

Obyek Penelitian ini adalah pengguna *smartphone* Samsung android. Lokasi Penelitian dilakukan di wilayah Kecamatan Grogol Kabupaten Sukoharjo.

Sumber-sumber data yang digunakan sebagai berikut :

1. Data primer dalam penelitian ini data primer diperoleh dari kuisioner penelitian yang disebarkan kepada masyarakat wilayah Kecamatan Grogol Kabupaten Sukoharjo.
2. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari literatur-literatur, jurnal penelitian dan data-data kepustakaan lainnya.

Metode dan Teknik Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi, kuisioner, studi pustaka.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua pengguna *smartphone* Samsung android di wilayah Kecamatan Grogol Kabupaten Sukoharjo. Sampel yang digunakan adalah 100 responden pengguna *smartphone* Samsung android di wilayah Kecamatan Grogol Kabupaten Sukoharjo.

H. Suatu kuisioner dapat dikatakan memiliki nilai yang sah harus diuji **HASIL**

1. Uji Instrumen

a. Uji validitas variabel kualitas produk(X1)

Item Pertanyaan	r_{item}	r_{tabel}	Ket
X1_1	0,452	0,197	Valid
X1_2	0,413	0,197	Valid
X1_3	0,375	0,197	Valid
X1_4	0,304	0,197	Valid

Sumber: Data yang diolah, 2015

Hasil tersebut menunjukkan bahwa empat item pertanyaan dari variabel kualitas produk(X1) semuanya valid karena $r_{item} > r_{tabel}$ artinya kuisoner yang dibuat sah digunakan dalam penelitian ini.

b. Uji Validitas Variabel Merek(X2)

Item pertanyaan	r_{item}	r_{tabel}	Ket
X2_1	0,505	0,197	Valid
X2_2	0,441	0,197	Valid
X2_3	0,428	0,197	Valid
X2_4	0,430	0,197	Valid

Sumber: Data yang diolah,2015

Hasil tersebut menunjukkan bahwa empat item pertanyaan dari variabel merek(X2) semuanya valid karena $r_{item} > r_{tabel}$ artinya kuisoner yang dibuat sah digunakan dalam penelitian ini.

c. Uji Validitas Variabel Harga(X3)

Item pertanyaan	r_{item}	r_{tabel}	Ket
X3_1	0,350	0,197	Valid
X3_2	0,494	0,197	Valid
X3_3	0,306	0,197	Valid
X3_4	0,377	0,197	Valid

Sumber: Data yang diolah,2015

Hasil tersebut menunjukkan bahwa empat item pertanyaan dari variabel harga(X3) semuanya valid karena $r_{item} > r_{tabel}$ artinya kuisoner yang dibuat sah digunakan dalam penelitian ini.

d. Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y).

Item pertanyaan	r_{item}	r_{tabel}	Ket
Y_1	0,437	0,197	Valid

Y_2	0,336	0,197	Valid
Y_3	0,403	0,197	Valid
Y_4	0,592	0,197	Valid

Sumber: Data yang diolah, 2015

Hasil tersebut menunjukkan bahwa empat item pertanyaan dari variabel Kepuasan Konsumen(Y) semuanya valid karena $r_{item} > r_{tabel}$ artinya kuisioner yang dibuat sah digunakan dalam penelitian ini.

e. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronb -ach Alpha	Krit- eria Nilai	Ket
Kualitas Produk	0,603	0,60	reliabel
Merek	0,666	0,60	reliabel
Harga	0,600	0,60	reliabel
Kepuasan Konsumen	0,659	0,60	reliabel

Sumber : Data yang diolah, 2015

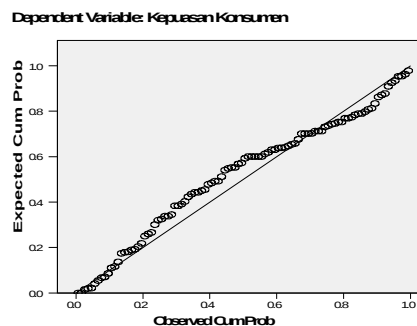
Berdasarkan tabel uji reliabilitas diatas dapat disimpulkan bahwa pengujian reabilitas untuk variabel kualitas produk (X1), merek (X2), harga (X3) dan kepuasan konsumen (Y) memiliki nilai reliabel karena nilai dari *Cronbach alpha* () > 0,60 sehingga kesimpulannya kuisioner yang dibuat sah digunakan dalam penelitian ini.

2. Uji Asumsi Klasik

Dengan uji asumsi klasik sehingga tidak terjadi penyimpangan terhadap uji normalitas, uji multikolineritas, uji heteroskedastisitas. Berikut hasil uji asumsi klasik :

a. Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: Data yang diolah, 2015

Hasil uji normalitas diatas dapat dilihat bahwa grafik normal probability plots diatas terlihat titik-titik mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya dan hal ini menunjukkan bahwa data terdistribusi secara normal.

b. Uji Multikolinearitas

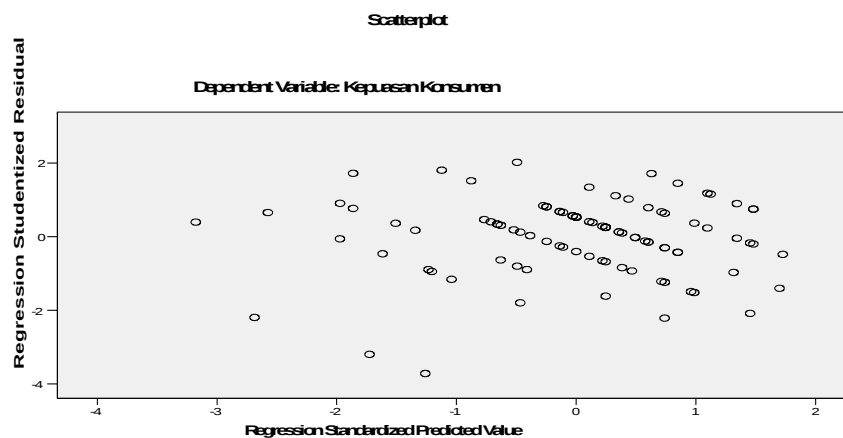
Model		Coefficients					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients	Standard Error	Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.15	1.42		1.51	.134		
	Kualitas Produk	.65	.097	.152	1.69	.093	.573	1.74
	Merek	.296	.088	.306	3.37	.001	.553	1.80
	Harga	.428	.101	.403	4.23	.000	.506	1.97

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data yang diolah, 2015

Hasil dari pengujian diatas adalah *tolerance value* di bawah 0,90 dan nilai *Variante Inflation Factor (VIF)* memiliki nilai diatas 0,10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi sehingga model tersebut reliabel untuk dasar analisis.

c. Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data yang diolah, 2015

Hasil gambar uji heteroskedastisitas dapat dilihat dari gelembung-gelembung yang ada tidak membentuk suatu pola serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Model	Durbin Waston
1	2.075

- a. Predictors: (Constant), harga, kualitas produk, merek
b. Dependent Variable : Kepuasan konsumen
Sumber: Data yang diolah, 2015

Dari tabel uji autokorelasi diatas dapat dilihat bahwa nilai Durbin Waston yang dihasilkan sebesar 2,075. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi karena nilai Durbin Waston berada pada sekitar angka 2 (dari 1,5 sampai 2,5).

3. Hasil Pengujian Hipotesa

Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas (X) dalam hal ini kualitas produk (X1), merek (X2) dan harga (X3) terhadap variabel terikat dalam hal ini adalah kepuasan konsumen (Y). Analisis ini dilakukan dengan menggunakan analisa regresi linier berganda. Hasil dari analisa regresi linier berganda yang dihasilkan sebagai berikut :

a. Hasil Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized	
	Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	2.157	1.426
Kualitas produk	.165	.097
Merek	.296	.088
Harga	.428	.101

Sumber: Data yang diolah, 2015

Dari tabel tersebut dapat disusun persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 2,157 + 0,165X_1 + 0,296X_2 + 0,428X_3$$

Keterangan :

= 2,157 adalah konstanta. Artinya apabila variabel kualitas produk (X1), merek (X2), dan harga (X3) sama dengan nol, maka kepuasan konsumen positif.

$\beta_1 = 0,165$, artinya kualitas produk berpengaruh positif terhadapkepuasan konsumen, apabila kualitas produk meningkat maka kepuasan konsumen akan meningkat

$\beta_2 = 0,296$, artinya merek berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, apabila merek meningkat maka kepuasan konsumen akan meningkat.

$\beta_3 = 0,428$, artinya harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, apabila harga semakin terjangkau maka kepuasan konsumen akan meningkat.

Berdasarkan persamaan regresi menunjukan bahwa variabel kualitas produk, merek, dan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Apabila

dilihat dari koefisien standar dengan nilai 0,428 maka variabel X_3 (harga) mempunyai pengaruh yang lebih dominan dalam model regresi.

b. Uji t

Model	Sig	Kesimpulan
1(Constant)	.134	
Kualitas Produk	.093	Tidak signifikan
Merek	.001	Signifikan
Harga	.000	Signifikan

Sumber: Data yang diolah, 2015

Dari tabel uji t diatas dapat disimpulkan bahwa

- 1) Kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen karena nilai signifikansi $0.093 > 0.005$. Sehingga hipotesis pertama tidak terbukti.
- 2) Merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen karena nilai signifikansi $0.001 < 0.005$. Sehingga hipotesis kedua terbukti.
- 3) Harga berepengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen karena nilai signifikansi $0.000 < 0.005$. Sehingga hipotesis ketiga terbukti.

c. Uji F

Model	F	Sig.
1 Regression	40.951	0.000 ^a

Hasil uji serempak (Uji F) diketahui nilai F sebesar 40,951 yang berarti bahwa variabel kualitas produk (X_1), merek (X_2) dan harga(X_3) secara simultan mempengaruhi variabel kepuasan konsumen (Y) sebesar 40,951. Dan mempunyai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa variabel kualitas produk (X_1), merek (X_2), dan harga (X_3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y).

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Squ-are	Adju-sted	R
-------	---	-----------	-----------	---

			Square
1	.749 ^a	.561	.548

- a. Predictors: (Constant), harga, kualitas produk, merek
b. Dependent Variable: Kepuasan konsumen.
Sumber: Data yang diolah, 2015

Hasil perhitungan diperoleh nilai Adjusted R Square (R^2) sebesar 0,548 atau 54,8 % , yang berarti bahwa pengaruh variabel kualitas produk, merek dan harga mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 54,8%, sedangkan sisanya sebesar 45,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti misalnya promosi.

I. PEMBAHASAN

1. Variabel harga (X_3) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) pada masyarakat wilayah Kecamatan Grogol kabupaten Sukoharjo. Dengan demikian implikasi dari penelitian ini adalah harga tetap dijaga dengan cara mempertahankan kestabilan harga produk Samsung agar tetap terjangkau dipasaran, agar konsumen tetap tertarik dengan produk Samsung.
2. Variabel merek (X_2) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) pada masyarakat wilayah kecamatan Grogol Kabupaten Sukoharjo. Dengan demikian implikasi dari penelitian ini adalah merek harus tetap dijaga dengan mempertahankan kualitas produk Samsung, agar merek Samsung tetap diminati oleh masyarakat.
3. Variabel kualitas produk (X_3) mempunyai pengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada masyarakat wilayah kecamatan Grogol kabupaten Sukoharjo. Dengan demikian implikasi dari penelitian ini adalah kualitas produk hanya perlu dipertahankan. Agar konsumen tetap tertarik pada produk Samsung.

J. PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dari pembahasan penelitian pengaruh kualitas produk, merek dan harga terhadap kepuasan konsumen pengguna *smartphone* Samsung android di wilayah kecamatan Grogol kabupaten Sukoharjo dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Hasil analisa regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, merek dan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pengguna *smartphone* Samsung android di wilayah kecamatan Grogol kabupaten Sukoharjo.
- b. Hasil dari Uji t adalah variabel kualitas produk berpengaruh tidak signifikan, dan variabel merek dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna *smartphone* Samsung android.
- c. Hasil dari Uji F menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, merek dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna *smartphone* Samsung android di wilayah Kecamatan Grogol Kabupaten Sukoharjo.

- d. Hasil dari uji R^2 adalah variabel kualitas produk, merek dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna *smartphone* Samsung android sebesar 54,8%, sedangkan sisanya 45,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti, seperti promosi.
2. Saran
- a. Diharapkan harga menjadi pertimbangan bagi konsumen pengguna *smartphone* Samsung android, apabila ingin menjual atau membeli *smartphone* Samsung android, karena *smartphone* Samsung mengalami penurunan harga dalam jangka waktu tertentu.
- b. Diharapkan merek *smartphone* Samsung dapat menjadi pertimbangan bagi konsumen yang akan melakukan pembelian merek *smartphone* Samsung, karena merek *smartphone* Samsung mempunyai banyak tipe seperti Samsung Core 2, Samsung AC 3, Samsung A8 dengan kualitas yang berbeda dan fitur yang berbeda-beda.
- c. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan agar lebih meningkatkan hasil penelitian dengan menambah variabel penelitian, misalnya promosi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2008. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta : Bandung.
- Alma, Buchari. 2009. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta : Bandung
- Kotler, Philip Dan Keller, Lane Kevin. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi keduabelas. Indeks : Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Service Management : Mewujudkan Layanan Prima*. Andi :Yogyakarta
- Kotler,Philip dan Gary Armstrong. 2005. *Dasar-dasarPemasaran*. Prenhallindo : Jakarta.
- Kotler , Philip dan keller,kevin Lane. 2008. *Manajemen Pemasaran*. PT. Indeks. Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani,A. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat :Jakarta.
- Kartajaya, Hermawan. 2005. *Positioning Diferensiasi Brand : Memenangkan Persaingan dengan segitiga Positioning – diferensiasi – Brand*. Gramedia Pustaka Utama : Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller,Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*.Edisi ketigabelas.Jilid pertama.alih bahasa Bob Sabran. Penerbit Erlangga : Jakarta
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2003. *Total Quality Manajemen*. Edisi Revisi. Andy : Yogyakarta.
- Kotler, Philip dan Armstrong,Garry. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid satu. Erlangga : Jakarta.
- Gujarti, Damodar. 2003. *Ekonometri Dasar*.Terjemahaan Sumarno Zain. Erlangga: Jakarta.
- Freddy, Rangkuti. 2008. *The Power Of Brands*. Penerbit Garamedia : Jakarta.
- Kotler, Philip. 2012. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Diterjemahkan oleh Danang Sunyoto : Yogyakarta.

-
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. PT Indeks kelompok Gramedia : Jakarta.
- Suwardi.2011.*Menuju Kepuasan Pelanggan melalui Penciptaan Kualitas Pelayanan*. Ragam Jurnal Pengembangan Humaniora.vol 1. No.1. Politeknik Negeri Semarang : Semarang.
- Sugiyono.2004.*Statistik Non Parametris Untuk Penelitian*. Penerbit Alfabeta : Bandung.
- Djarwanto.2005. *Mengenal Beberapa Uji Statistik dalam Penelitian*. Libertg : Yogyakarta.
- Ghozali,Imam.2005.*Analisis Multivarite dengan program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro : Semarang.
- Suharsimi,Arikunto.2006. *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktik)*. Rineka Cipta : Jakarta.
- Ghozali,Imam.2009. *Aplikasi Analisis Multivarieta dengan Program SPSS*. Edisi ke empat. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Ghozali,Imam.2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS21*. Edisi tujuh. Penerbit Universitas Diponegoro : Semarang.
- Uma Sekaran.2006. *Metode Penelitian Bisnis*. Salemba Empat : Jakarta.
- Kertajaya, Hermawan.2010. *Brand Operation*. Erlangga : Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller.2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1. PT Indeks : Jakarta
- Husein, Umar.2003. *Metodelogi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. PT Gramedia Pustaka : Jakarta.
- J. William, Stanton.2012. *Dasar-dasar Pemasaran Manajemen*. Penerbit Danang Sunyoto :Yogyakarta.
- Kotler, Philip.2002. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 Edisi Milenium. Prehallindo : Jakarta. Principles of Marketing. Edisi 13. United Stateso. Pearson : America.
- Ghozali Imam.2001. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro : Semarang.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong.2010.*Principles of Marketing*. Edisi 13. United Stateso. Pearson : America.
- Fata, Khairul.2015. *Pengaruh Harga, Citra Merek, dan Fitur terhadap Kepuasan Konsumen serta Dampaknya pada Loyalitas Merek (studi kasus produk handphone Samsung di Banda Aceh)*.STIE KebangsaanBireuen Aceh.
- Setyarini, Putri.2014. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Merek Deterjen “Attack Easy” Terhadap Kepuasan Konsumen di Andina Mart Gonilan Kartasura Sukoharjo*.UniversitasMuhammadiyah Surakarta.

Ayu, Hapsari Pramesti.2013. *Pengaruh Promosi, Atribut Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen smartphone android (studi kasus pada Mahasiswa S1 Manajemen STIE AUB Surakarta).*STIE AUB Surakarta.

Nizar, Aditya Al Ardi.2014. *Pengaruh Kualitas Produk smartphone Samsung Berbasis Android Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Produk Samsung Galaxy S4(studi kasus di Bandung).*Universitas Telkom

Friska, Ayu Wintari.2012. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Beras Organik di Kecamatan Widodaren Kabupaten Ngawi.* STIE AUB Surakarta

[http://id.techinasia.com/pasar_ponsel Smartphone Shipments dan Smartphone Indonesia-Q1-2015.](http://id.techinasia.com/pasar_ponsel_Smartphone_Shipments_dan_Smartphone_Indonesia-Q1-2015)

Fata,Khairul.2015. *Pengaruh Harga, Citra Merek, dan Fitur terhadap Kepuasan Konsumen serta Dampaknya pada Loyalitas Merek (studi kasus produk handphone Samsung di Banda Aceh).*

www.pendidikanekonomi.com/2012

Mulyajho.blogspot.co.id/2014/05

<http://techne.dailysocial.net/post/gfk>

[http://droidchanel.com/harga-hp-samsung.](http://droidchanel.com/harga-hp-samsung)

[https://id.m.wikipedia.org/wiki/Grogol_suko.](https://id.m.wikipedia.org/wiki/Grogol_suko)