

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengambilan data dilakukan dengan cara menyebar di berbagai tempat secara langsung yang dimulai hari Rabu pada tanggal 8 Nopember 2006 sampai dengan hari Rabu tanggal 22 November 2006. WTC, ITC, Delta dan Universitas Kristen Petra di Surabaya adalah tempat peneliti mencari data.

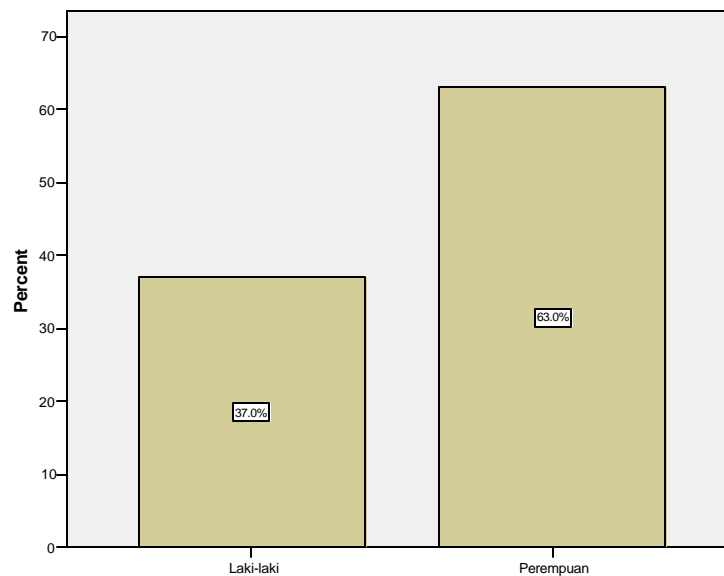
Pengambilan data penelitaian ini dilaksanakan selama 14 hari, mulai hari Rabu pada tanggal 8 Nopember 2006 sampai dengan hari Rabu pada tanggal 22 November 2006. Penelitian ini menggunakan angket sebagai alat pengumpulan data dan peneliti dibantu oleh beberapa rekan menyebarkan angket sebanyak 110 eksemplar ke tempat yang telah ditentukan sebelumnya. Untuk WTC sebanyak 40 angket, ITC 20 angket, Delta 30 angket, dan UK. Petra 20. Angket yang dibagi menjadi dua bagian tersebut diberikan oleh peneliti pada orang-orang yang sedang berada di tempat penelitian tersebut. Setelah data terkumpul dilakukan editing dan entri data ke dalam komputer dan diolah dengan menggunakan paket program SPSS versi 13. Pengentrian dilakukan dengan proses *coding* data untuk kemudahan prosesing.

Dari 110 angket yang disebar, hanya 100 angket yang datanya dapat dianalisis, sedangkan sisanya digugurkan karena jawaban yang diberikan dalam angket tidak lengkap.

4.1. Analisis Profil Responden

4.1.1. Jenis Kelamin Responden

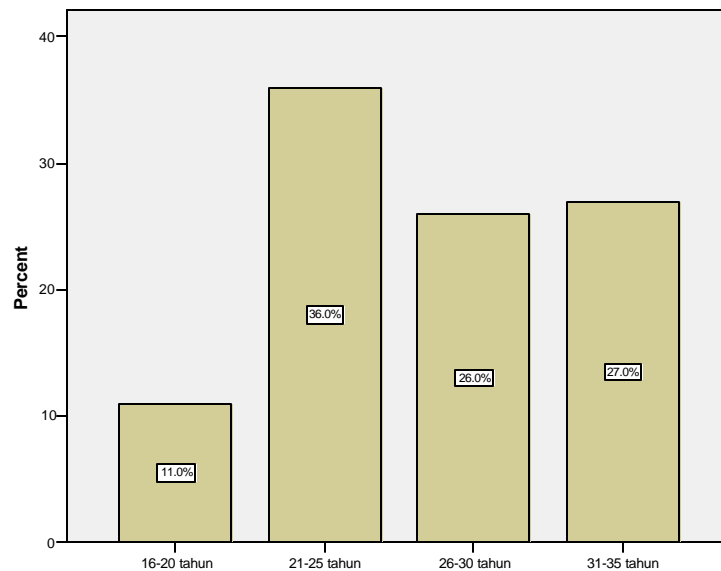
Berdasarkan hasil kuesioner, dapat diperoleh informasi jenis kelamin dari pengguna HP Samsung, sebanyak 37% responden berjenis kelamin pria, dan 63% responden berjenis kelamin perempuan. Sebagian besar responden adalah wanita karena wanita lebih suka terhadap yang fitur-fitur HP yang lebih baik khususnya kamera.



Gambar 4.1
Sebaran Responden

4.1.2. Usia Responden

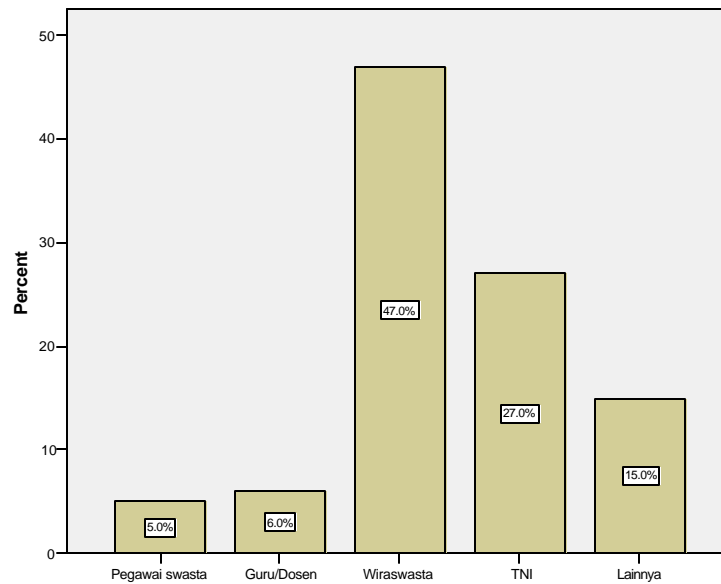
Berdasarkan hasil kuesioner, dapat diperoleh informasi usia dari pengguna HP Samsung, sebanyak 11% responden berusia antara 16-20 tahun, 36% responden berusia antara 21-25 tahun, 26% responden berusia antara 26-30 tahun dan 27% responden berusia antara 31-35 tahun. Sebagian besar responden berusia 21-25 karena pada usia tersebut lebih menyukai fitur-fitur yang lebih baik sehingga dapat ditunjukkan kepada orang lain terhadap kelebihan produk HP yang dimilikinya.



Gambar 4.2
Sebaran Responden

4.1.3. Pekerjaan Responden

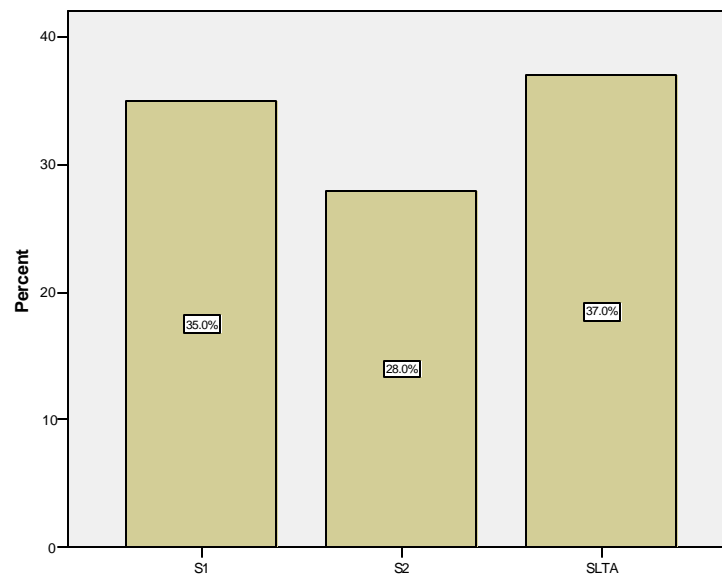
Berdasarkan hasil kuesioner, dapat diperoleh informasi pekerjaan dari pengguna HP Samsung, sebanyak 5% responden berprofesi sebagai pegawai swasta, 47% responden berprofesi sebagai wiraswasta, 6% responden berprofesi sebagai guru/dosen, 5% responden berprofesi sebagai wiraswasta, 27% responden berprofesi sebagai TNI dan 15% responden berprofesi sebagai lainnya. Hasil ini menunjukkan bahwa HP Samsung lebih disukai oleh wiraswasta karena memiliki keunggulan khususnya MP3 yang dapat digunakan sebagai media hiburan dalam bekerja.



Gambar 4.3
Sebaran Responden

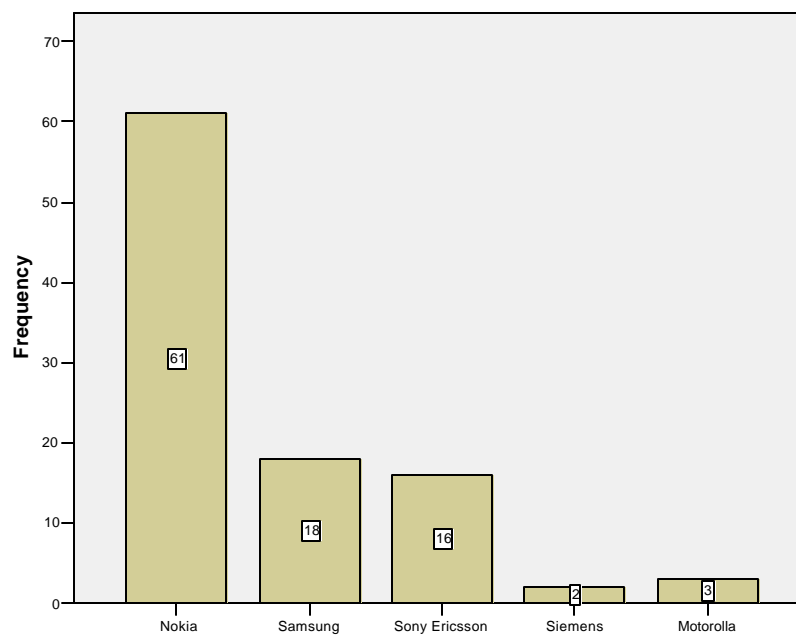
4.1.4. Pendidikan Responden

Berdasarkan hasil kuesioner, dapat diperoleh informasi pendidikan dari pengguna HP Samsung, sebanyak 35% responden berpendidikan S1, 28% responden berpendidikan S2, dan 37% responden berpendidikan SLTA. Hasil ini menunjukkan bahwa responden yang berpendidikan SLTA lebih menyukai produk-produk yang mempunyai suatu keunggulan seperti MP3, Kamera yang dapat digunakan sebagai kebutuhan dalam menjalankan aktivitas khususnya sekolah.



Gambar 4.4
Sebaran Responden

4.1.5. *Top Of Mind*

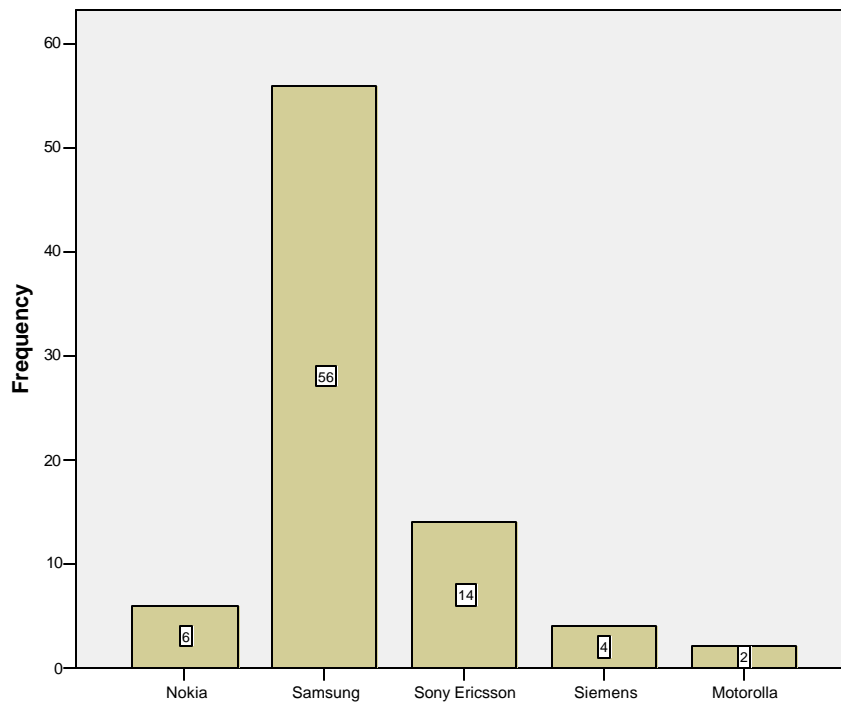


Gambar 4.5
Sebaran Responden

Berdasarkan hasil kuesioner, dapat diperoleh informasi *top of mind* dari merek HP, sebanyak 61% responden menyatakan Nokia, 18% responden

menyatakan Samsung, 16% responden menyatakan Sony Ericsson, 2% responden menyatakan Siemens dan 3% responden menyatakan Motorola.

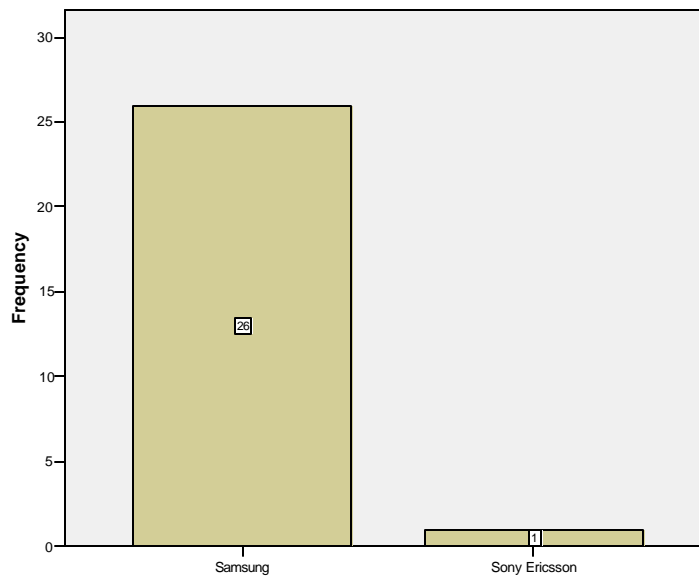
4.1.6. *Brand Recall*



Gambar 4.6
Sebaran Responden

Berdasarkan hasil kuesioner, dapat diperoleh informasi *brand recall* dari merek HP, sebanyak 6% responden menyatakan Nokia, 56% responden menyatakan Samsung, 14% responden menyatakan Sony Ericsson, 4% responden menyatakan Siemens dan 2% responden menyatakan Motorola.

4.1.7. Brand Recognition



Gambar 4.7
Sebaran Responden

Berdasarkan hasil kuesioner, dapat diperoleh informasi brand recognition dari merek HP, sebanyak 26% responden menyatakan Samsung, dan 1% responden menyatakan Sony Ericsson.

4.2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Sebelum pengumpulan data dilakukan, terlebih dahulu dilakukan *pre test* kepada 30 responden. Untuk menguji validitas tiap item dilakukan dengan menggunakan korelasi *product moment*, sedangkan untuk menguji reliabilitas digunakan *Cronbach Alpha*.

Berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan program paket SPSS versi 13 sebagaimana tercantum pada Tabel 4.1, diketahui bahwa semua item memiliki koefisien korelasi lebih besar dari nilai r_{tabel} dan nilai koefisien *alpha* lebih besar 0,6. Berdasarkan hasil tersebut disimpulkan bahwa item-item yang digunakan untuk mengukur masing-masing variabel disimpulkan valid dan reliabel, dalam arti secara akurat dan reliabel mengukur masing-masing variabel. Ini berarti bahwa data yang diperoleh sudah dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

No. Item	Validitas		Keterangan	Alpha	Keterangan
	Korelasi	r tabel			
Tingkat Kepentingan					
1	.452	.195	Valid	.741	Reliabel
2	.556	.195	Valid		
3	.386	.195	Valid		
4	.505	.195	Valid		
5	.550	.195	Valid		
6	.431	.195	Valid		
7	.365	.195	Valid		
Tingkat kepuasan					
1	.921	.195	Valid	.948	Reliabel
2	.941	.195	Valid		
3	.905	.195	Valid		
4	.944	.195	Valid		
5	.914	.195	Valid		
6	.726	.195	Valid		
7	.482	.195	Valid		
8	.921	.195	Valid		

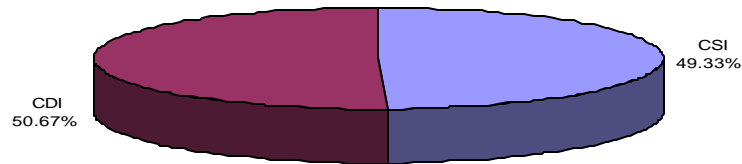
Sumber: Lampiran 3

4.3. Pengukuran *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Customer Dissatisfaction Index* (CDI)

Tingkat kepuasan konsumen HP Samsung ditunjukkan oleh *Customer Satisfaction Index* (CSI). Perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) menggunakan kaidah top two boxes, yaitu menggabungkan antara konsumen yang puas dan konsumen yang sangat puas dibagi oleh jumlah seluruh responden. Dari 100 responden, 22 responden menyatakan puas dan 15 responden menyatakan sangat puas terhadap HP Samsung sehingga *Customer Satisfaction Index* (CSI) HP Samsung di kota Surabaya adalah 37%, selain mengetahui nilai CSI, perusahaan juga perlu untuk mengetahui tingkat ketidakpuasan konsumen.

Tingkat ketidakpuasan konsumen yang ditunjukkan oleh *Customer Dissatisfaction Index* (CDI) menggunakan kaidah *bottom two boxes* yaitu dengan menggabungkan antara konsumen yang sangat tidak puas dan konsumen yang tidak puas dibagi jumlah seluruh responden. Berdasarkan hasil survei, dari 100 responden, 4 orang menyatakan sangat tidak puas dan 34 responden menyatakan

tidak puas terhadap HP Samsung sehingga *Customer Dissatisfaction Index* (CDI) HP Samsung di kota Surabaya adalah 38%.



Gambar 4.8
Customer Satisfaction (CSI) dan Customer Dissatisfaction Index (CDI)

Tabel 4.2. Frekuensi Kepuasan

	Frequency
<i>Top two boxes</i>	37
<i>Bottom two boxes</i>	38

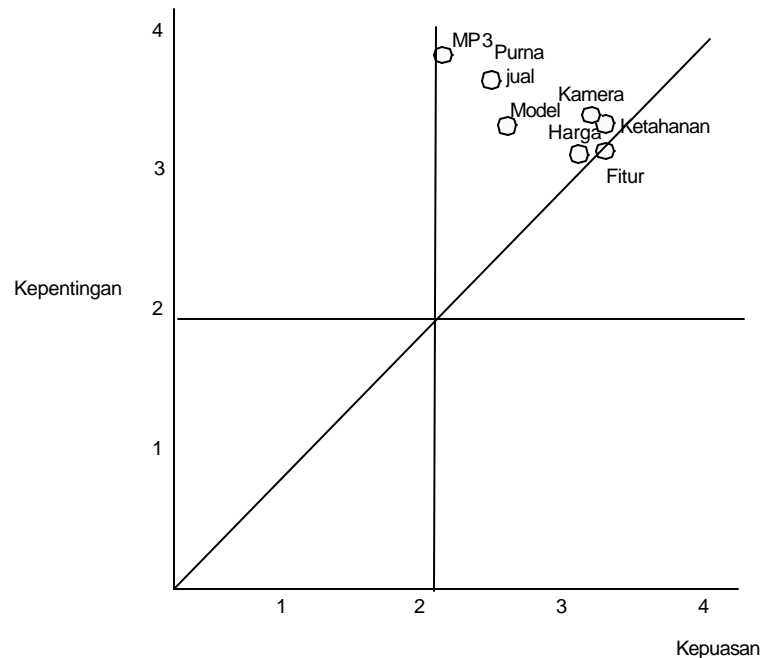
1	Kepuasan			
	Sangat tidak puas	Tidak puas	Puas	Sangat puas
Model	26	26	37	10
Harga	12	40	16	32
Fitur	1	47	15	13
Ketahanan	5	45	2	11
Kamera	5	44	15	30
MP3	23	36	6	2
Purna Jual	6	42	13	3

Kepuasan konsumen terhadap produk ini dapat diakibatkan oleh beberapa akibat atribut produk seperti harga dan model lebih unggul dibandingkan HP merek yang lain, sedangkan ketidakpuasan diakibatkan oleh fitur yang kurang lengkap dan MP3 yang masih kurang jernih suaranya dibandingkan dengan HP merek lain.

4.4. Analisis Hubungan Tingkat Kepentingan dan Kepuasan

Tabel 4.3. Hasil Analisis Hubungan Tingkat kepentingan

Keterangan	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kepuasan
Model	3.27	2.79
Harga	3.19	3.16
Fitur	3.12	3.32
Ketahanan	3.38	3.30
Kamera	3.43	3.21
MP3	3.75	2.28
Purna Jual	3.68	2.65

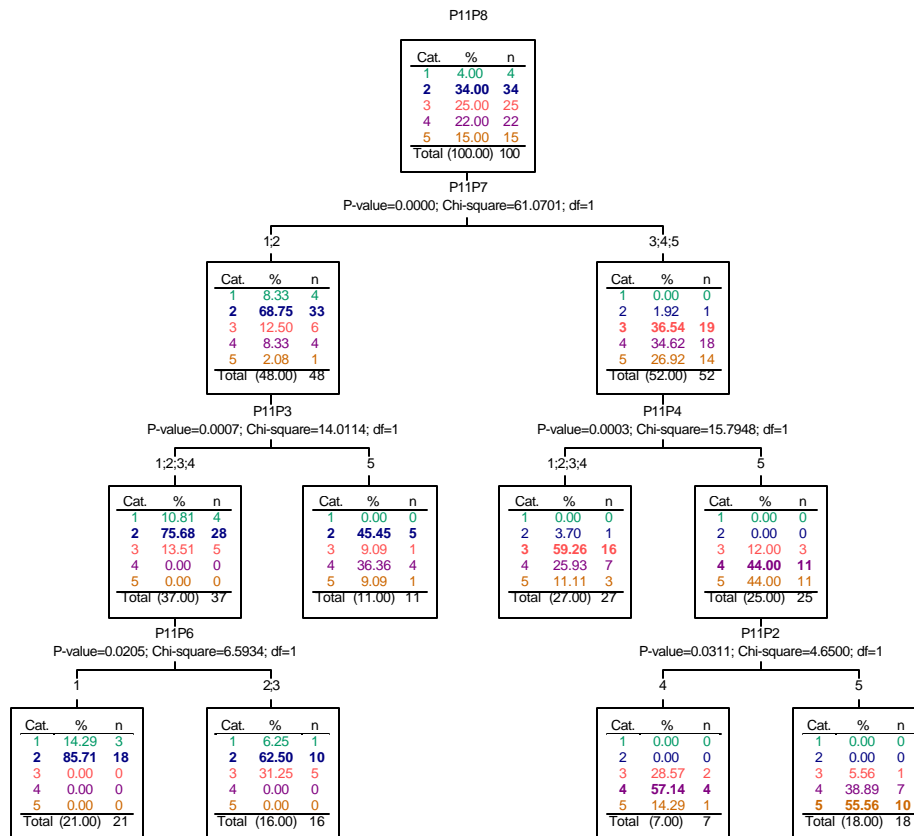


Gambar 4.9
Tingkat kepentingan dan Kepuasan

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan bahwa sebagian besar berada di daerah tingkat kepentingan. Hasil ini menunjukkan kecenderungan responden terhadap HP Samsung lebih mementingkan kepentingan terhadap atribut-atribut HP Samsung khususnya MP3, sedangkan tingkat kepuasan responden lebih pada fitur-fitur HP Samsung seperti GPRS, dan 3G.

4.5. Analisis CHAID

Berdasarkan diagram pohon hasil analisis CHAID pada gambar diatas, menerangkan bahwa pada node teratas diketahui jumlah total responden adalah 100 orang, terdiri dari 4 orang menyatakan sangat tidak puas, 34 orang menyatakan tidak puas, 25 orang menyatakan antara puas dan tidak, 22 orang menyatakan puas dan 15 orang menyatakan sangat puas. Tahap pertama dalam analisis Chaid adalah tahap penggabungan. Dalam penelitian ini variabel kepuasan dibagi menjadi 5 kategori, yaitu: 1) Sangat tidak puas, 2) Tidak puas, 3) Antara puas dan tidak, 4) Puas, dan 5) Sangat puas.



Setelah dilakukan analisis Chaid, variabel ini kemudian diringkas menjadi 2 kategori, seperti yang dapat dilihat pada diagram pohon kedalaman yang ke-1, yaitu:

Kategori 1 dan 2 digabung dengan kategori 1;2

Kategori 3,4,dan 5 digabung dengan kategori 3,4 dan 5

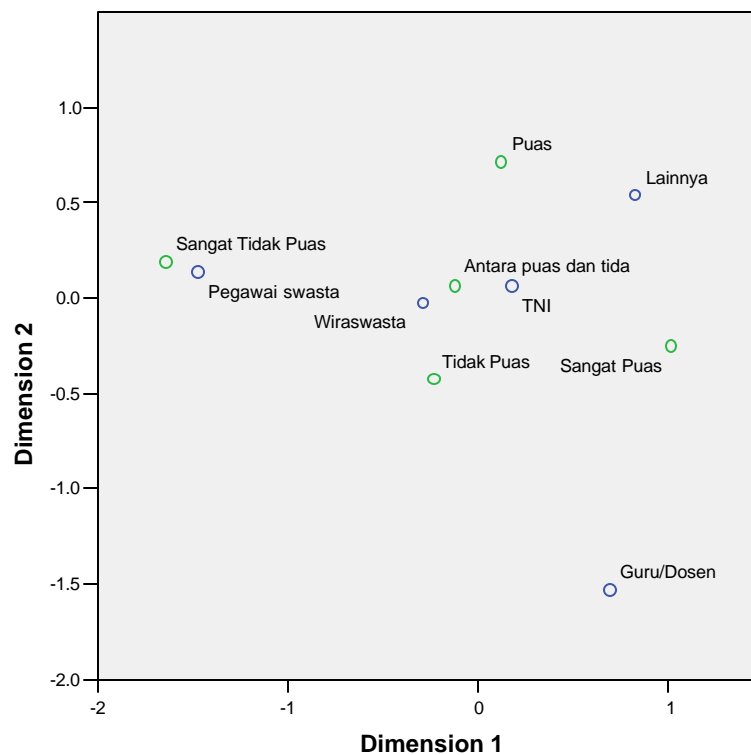
Hal ini berarti bahwa kategori ke-1 dan ke-2 memenuhi syarat kesignifikanan chi square untuk bisa digabung menjadi satu kategori tunggal. Begitu pula untuk kategori ke-3, ke-4, dan ke-5 yang juga digabung menjadi satu kategori tunggal berdasarkan analisis Chaid. Dari gambar diatas dapat diketahui bahwa apabila dilakukan pengambilan keputusan berdasarkan nilai p-value, dimana 10 diagram tersebut kurang dari $\alpha=0,05$, hal ini berarti bahwa terdapat hubungan antara kepuasan dan ketidakpuasan konsumen dalam memilih HP Samsung. Berdasarkan hasil menunjukkan bahwa kepuasan keseluruhan dipengaruhi oleh atribut-atribut HP Samsung, untuk atribut purna jual dan layanan sebagian besar responden menyatakan puas dan sangat puas (52%) terhadap atribut purna jual yang berarti purna jual HP Samsung mendapat tanggapan yang baik, dimana kepuasan ini disebabkan ketahanan yang ditunjukkan dengan kepuasan responden sebesar 25% dan harga sebesar 18%. Sedangkan responden yang sangat tidak puas dan tidak puas sebesar 48%, dimana ketidakpuasan ini disebabkan oleh fitur (permainan 3G, aplikasi) sebesar 37% dan atribut MP3 sebanyak 21%.

4.6. Analisis Korespodensi

Merupakan salah satu analisis peubah ganda dan digunakan untuk melihat ketergantungan antar kategori pengamatan, selain itu analisis korespodensi berkenaan dengan reduksi dimenasi dan pemetaan.

Pekerjaan dengan kepuasan secara keseluruhan

Berdasarkan Gambar menunjukkan konsumen yang berprofesi sebagai pegawai swasta menunjukkan sangat tidak puas dalam menggunakan HP Samsung, wiraswasta dan TNI menunjukkan antara puas dan tidak menggunakan HP Samsung, guru/dosen menunjukkan sangat puas dalam menggunakan HP Samsung, dan berprofesi selain tersebut diatas menunjukkan puas dalam menggunakan HP Samsung.



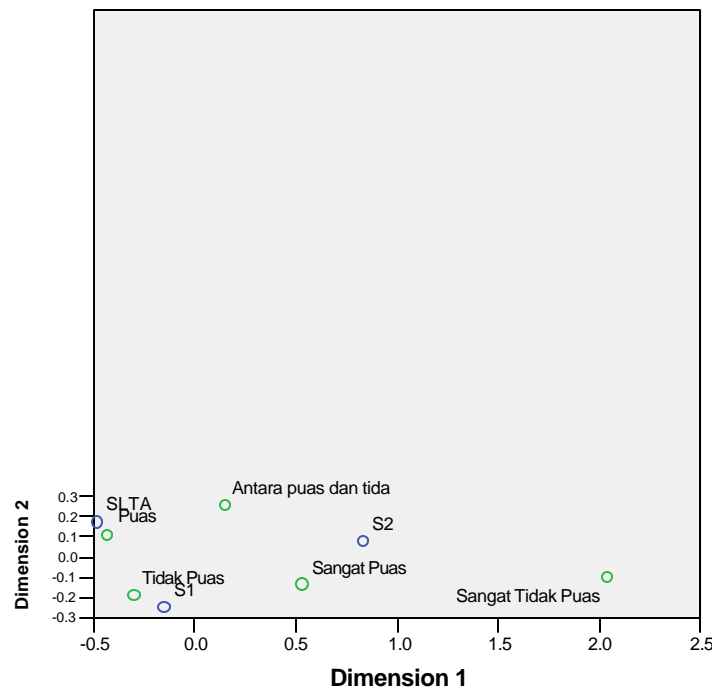
Gambar 4.12
Korespodensi Pekerjaan dengan kepuasan

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan bahwa kepuasan didasarkan pekerjaan ini menunjukkan bahwa HP Samsung memiliki atribut-atribut yang sesuai dengan pekerjaan responden, dimana untuk pekerjaan wiraswasta menunjukkan sangat tidak puas terhadap atribut-atribut Samsung karena aktivitas yang padat membutuhkan atribut-atribut HP yang sesuai dengan pekerjaannya. Berdasarkan uji chi square dalam tabulasi silang dapat diperoleh informasi bahwa

tidak ada hubungan yang signifikan pekerjaan dengan kepuasan secara keseluruhan, hal ini ditunjukkan dengan nilai asymp. sig. (.632) > dari α (0,05). Ini berarti tidak menunjukkan pekerjaan pengguna telepon seluler GSM Samsung akan kepuasan secara keseluruhan.

Pendidikan dengan kepuasan secara keseluruhan

Berdasarkan Gambar menunjukkan konsumen yang berpendidikan S2 menunjukkan sangat puas dalam menggunakan HP Samsung, S1 menunjukkan tidak puas menggunakan HP Samsung dan pendidikan SLTA menunjukkan puas dalam menggunakan HP Samsung.



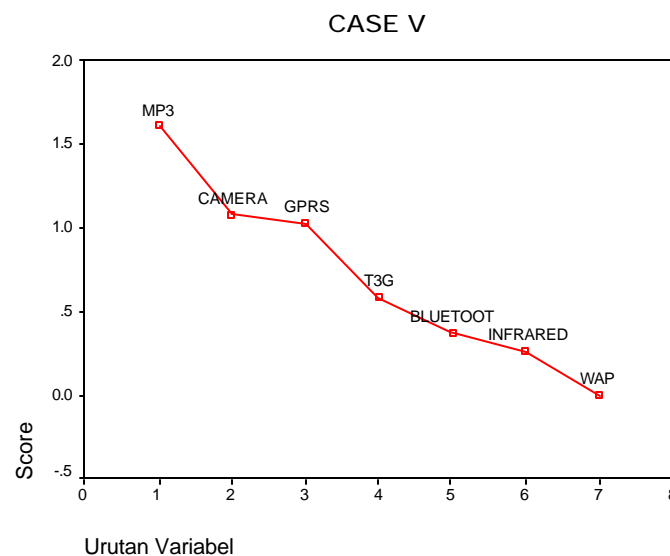
Gambar 4.13
Korespondensi Pendidikan dengan kepuasan

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan bahwa kepuasan didasarkan pendidikan ini menunjukkan bahwa HP Samsung memiliki atribut-atribut yang sesuai dengan pendidikan responden, dimana untuk pendidikan S1 menunjukkan tidak puas terhadap atribut-atribut Samsung karena aktivitas dalam bekerja

membutuhkan atribut-atribut HP yang sesuai dengan pekerjaannya maupun pendidikannya. Berdasarkan uji chi square dalam tabulasi silang dapat diperoleh informasi bahwa tidak ada hubungan yang signifikan pendidikan dengan kepuasan secara keseluruhan, hal ini ditunjukkan dengan nilai asymp. sig. (.404) > dari α (0,05). Ini berarti tidak menunjukkan pendidikan pengguna telepon seluler GSM Samsung akan kepuasan secara keseluruhan.

4.7. Analisis *Thurstone Case Five*

Untuk mengetahui peringkat atribut yang diminati oleh sebagian besar responden digunakan analisis *Thurstone Case Five*. Adapun hasil pengolahan adalah sebagai berikut:



Gambar 4.14
Thurstone Case Five

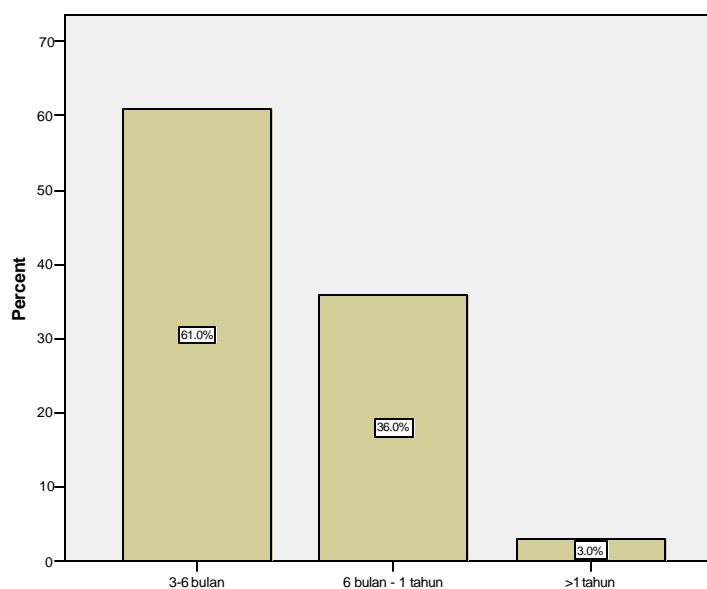
Berdasarkan gambar 4.16 menunjukkan bahwa atribut yang paling diminati oleh responden adalah MP3 yang kemudian adalah kamera, GPRS dan yang terakhir adalah WAP. Hasil ini menunjukkan bahwa HP Samsung memiliki kelebihan atau keunggulan dalam multimedia khususnya MP3.

4.8. Perilaku Konsumen

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 orang dengan syarat minimal berusia 16 tahun dan maksimal 55 tahun ke atas dikarenakan usia tersebut sudah dewasa dan dapat memutuskan menggunakan suatu produk. Perilaku konsumen HP Samsung dapat dijelaskan sebagai berikut:

4.8.1. Lama menggunakan telepon selular GSM

Berdasarkan hasil kuesioner, dapat diperoleh informasi lamanya konsumen menggunakan HP Samsung, sebanyak 61% responden menyatakan telah menggunakan HP Samsung selama 3-6 bulan, 36% responden menyatakan telah menggunakan HP Samsung selama 6 bulan-1 tahun dan 3% menyatakan telah menggunakan HP Samsung selama > 1 tahun. Hasil ini menunjukkan bahwa daya tahan ataupun model HP Samsung dapat mengikuti perkembangan hanya selama 3-6 bulan.



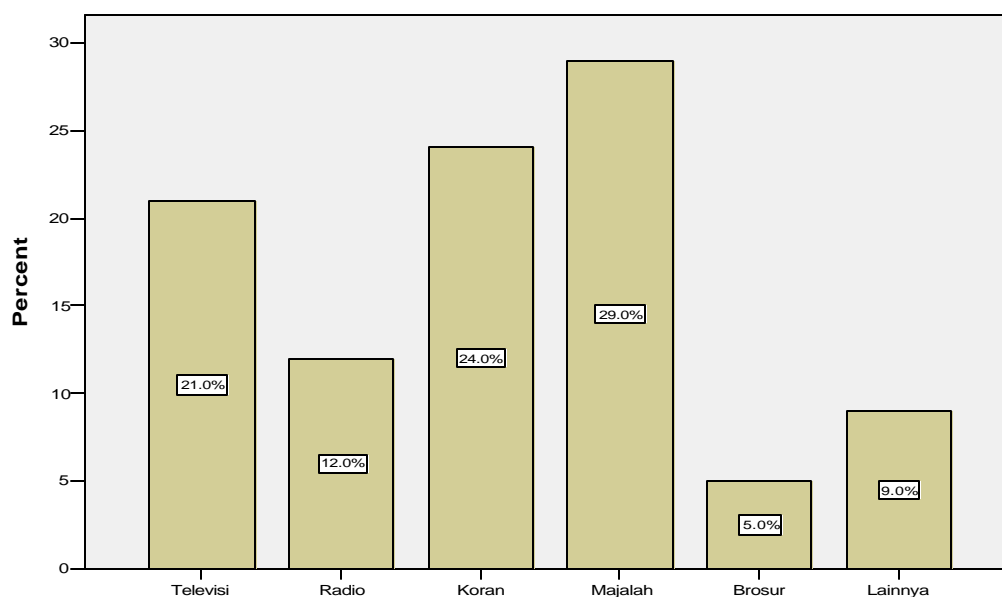
Gambar 4.15
Sebaran Responden

Berdasarkan uji chi square dalam tabulasi silang dapat diperoleh informasi bahwa tidak ada hubungan yang signifikan lama menggunakan telepon selular GSM dengan kepuasan secara keseluruhan, hal ini ditunjukkan dengan nilai asymp. Sig. (0.145) > dari α (0,05). Ini berarti tidak menunjukkan lama menggunakan

telepon selular tertentu akan kepuasan secara keseluruhan. Hasil ini menunjukkan bahwa lama penggunaan kurang berarti bagi kepuasan keseluruhan bagi responden dalam penelitian ini.

4.8.2. Mengetahui Telpon selular Samsung

Berdasarkan hasil kuesioner, dapat diperoleh informasi mengetahui HP Samsung, sebanyak 21% responden mengetahui HP Samsung dari televisi, 12% responden mengetahui HP Samsung dari radio, 24% responden mengetahui HP Samsung dari koran, 29% responden mengetahui HP Samsung dari majalah, 5% responden mengetahui HP Samsung dari brosur dan 9% responden mengetahui HP Samsung dari lainnya. Hasil ini menunjukkan iklan yang dilakukan HP Samsung lebih mengarah kepada Majalah Handphone sehingga responden lebih mengetahui HP Samsung dari majalah.



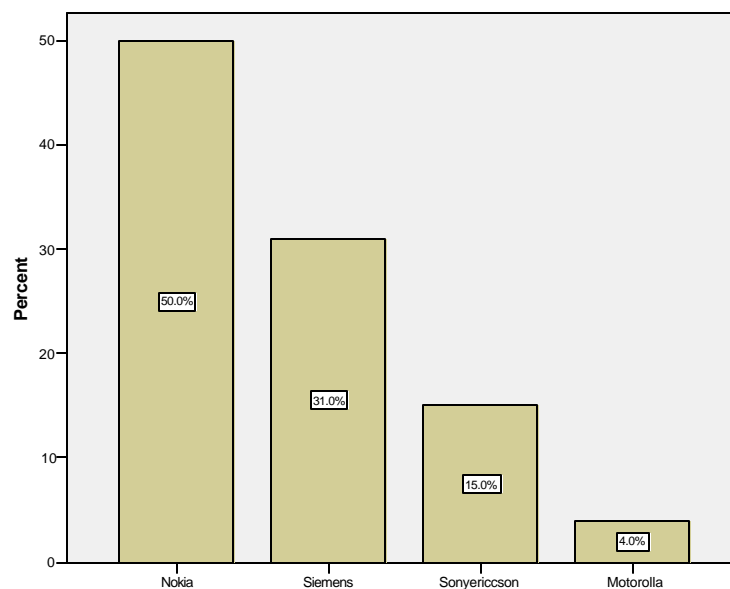
Gambar 4.16
Sebaran Responden

Berdasarkan uji chi square dalam tabulasi silang dapat diperoleh informasi bahwa tidak ada hubungan yang signifikan mengetahui telepon selular Samsung dari media yang ada (televisi, koran, majalah dan lain-lain) dengan kepuasan secara keseluruhan, hal ini ditunjukkan dengan nilai asymp. Sig. (.081) > dari α

(0,05). Ini berarti tidak menunjukkan mengetahui telepon selular dari suatu media akan kepuasan secara keseluruhan. Hasil ini menunjukkan bahwa walaupun responden mengetahui dari media iklan tetapi tidak menunjukkan kepuasan keseluruhan dari HP Samsung dikarenakan informasi tersebut sebagai informasi keunggulan belum sebagai bukti untuk keunggulan produk Samsung.

4.8.3. Selain Samsung merek yang digunakan saat ini

Berdasarkan hasil kuesioner, dapat diperoleh informasi penggunaan HP lain selain menggunakan HP Samsung, sebanyak 50% responden menyatakan menggunakan HP Nokia, 31% responden menyatakan menggunakan HP Siemens, 15% responden menyatakan menggunakan Sony Ericsson dan 4% menyatakan menggunakan HP Motorola. Hasil ini menunjukkan bahwa selain Samsung responden menggunakan HP Nokia karena Hp Nokia mempunyai keunggulan pada atribut-atributnya dibandingkan dengan HP Samsung.



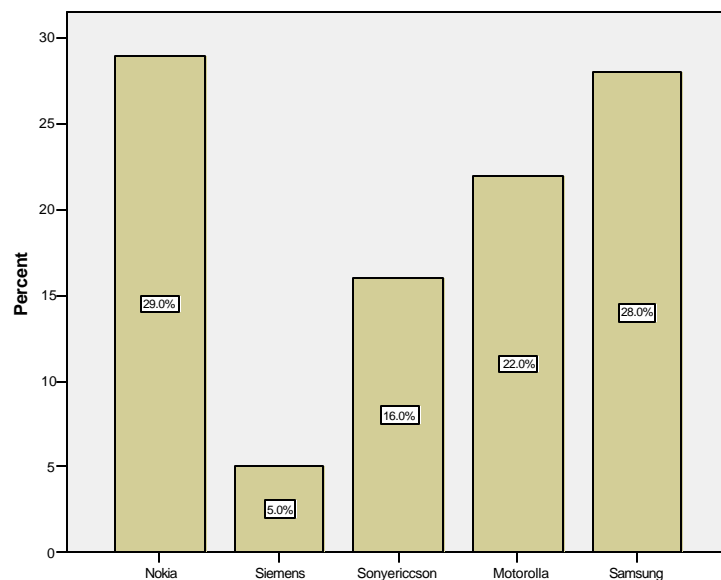
Gambar 4.17
Sebaran Responden

Berdasarkan uji chi square dalam tabulasi silang dapat diperoleh informasi bahwa tidak ada hubungan yang signifikan selain HP Samsung digunakan saat ini dengan kepuasan secara keseluruhan, hal ini ditunjukkan dengan nilai asymp. Sig. (.991) > dari α (0,05). Ini berarti tidak menunjukkan selain menggunakan HP

Samsung saat ini akan kepuasan secara keseluruhan. Hasil ini menunjukkan bahwa walaupun menggunakan produk lain tidak berhubungan dengan kepuasan keseluruhan dikarenakan banyak pilihan HP yang mempunyai keunggulan masing-masing, dimana responden belum bisa merasakan kepuasan.

4.8.4. Telpon Selular yang digunakan sebelumnya

Berdasarkan hasil kuesioner, dapat diperoleh informasi telepon selular yang digunakan sebelumnya oleh konsumen, sebanyak 29% responden menggunakan HP Nokia, 5% responden menyatakan menggunakan HP Siemens, 16% responden menyatakan menggunakan Sony Ericsson, 22% responden menyatakan menggunakan Motorola dan 28% menyatakan menggunakan HP Samsung. Hasil ini menunjukkan bahwa sebelum menggunakan Samsung responden menggunakan HP Nokia karena responden ingin mencari variasi akan produk HP.



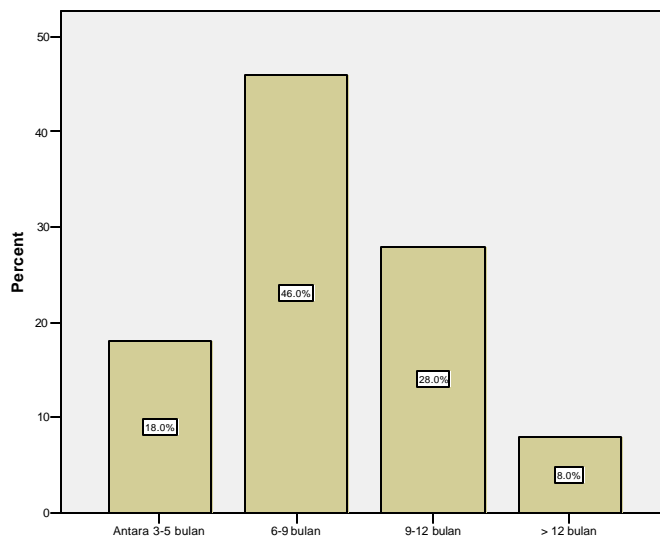
Gambar 4.18
Sebaran Responden

Berdasarkan uji chi square dalam tabulasi silang dapat diperoleh informasi bahwa tidak ada hubungan yang signifikan telpon selular yang digunakan sebelumnya dengan kepuasan secara keseluruhan, hal ini ditunjukkan dengan nilai asymp. sig. (.741) > dari α (0,05). Ini berarti tidak menunjukkan telpon selular

yang digunakan sebelumnya akan kepuasan secara keseluruhan. Hasil ini menunjukkan bahwa sebelum menggunakan Samsung responden menggunakan HP lain karena responden ingin mencoba produk lain yang lebih baik.

4.8.5. Lama menggunakan HP Samsung yang saat ini

Berdasarkan hasil kuesioner, dapat diperoleh informasi lamanya konsumen menggunakan HP Samsung saat ini, sebanyak 18% responden menyatakan menggunakan HP Samsung selama 3-5 bulan, 46% responden menyatakan telah menggunakan HP Samsung selama 6-9 bulan, 28% responden menyatakan telah menggunakan HP Samsung selama 9-12 bulan dan 8% menyatakan telah menggunakan HP Samsung selama > 12 bulan. Hasil ini menunjukkan bahwa penggunaan HP Samsung hanya bertahan antara 6-9 bulan yang berarti diatas 6-9 bulan responden sudah merasa bosan dan ingin mencoba produk lain ataupun produk yang lebih baru.



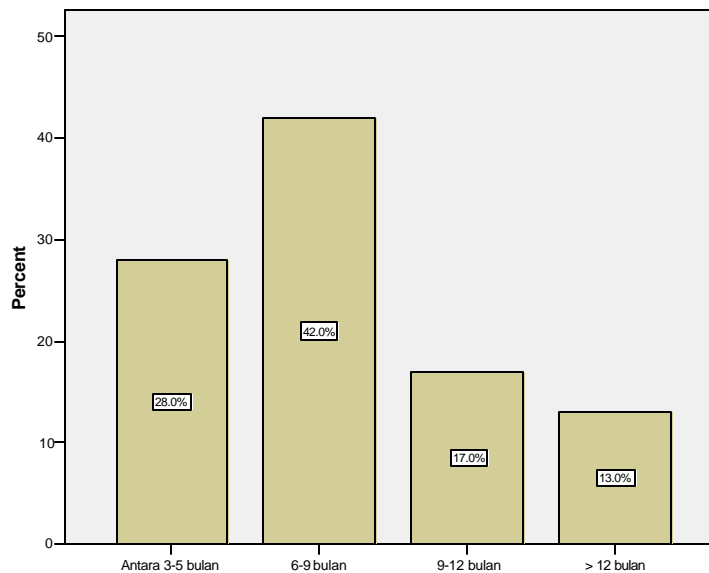
Gambar 4.19
Sebaran Responden

Berdasarkan uji chi square dalam tabulasi silang dapat diperoleh informasi bahwa tidak ada hubungan yang signifikan lama menggunakan HP Samsung saat ini dengan kepuasan secara keseluruhan, hal ini ditunjukkan dengan nilai asymp.

sig. (.786) > dari α (0,05). Ini berarti tidak menunjukkan lama menggunakan HP Samsung saat ini akan kepuasan secara keseluruhan.

4.8.6. Lama sudah digunakan HP sebelumnya

Berdasarkan hasil kuesioner, dapat diperoleh informasi lamanya konsumen menggunakan HP sebelum menggunakan HP Samsung, sebanyak 28% responden menyatakan menggunakan HP lain selama 3-5 bulan, 42% responden menyatakan telah menggunakan HP lain selama 6-9 bulan, 17% responden menyatakan telah menggunakan HP lain selama 9-12 bulan dan 13% menyatakan telah menggunakan HP lain selama > 12 bulan. Hasil ini menunjukkan bahwa penggunaan HP Samsung hanya bertahan antara 6-9 bulan yang berarti di atas 6-9 bulan responden sudah merasa bosan dan ingin mencoba produk lain khususnya HP Samsung.



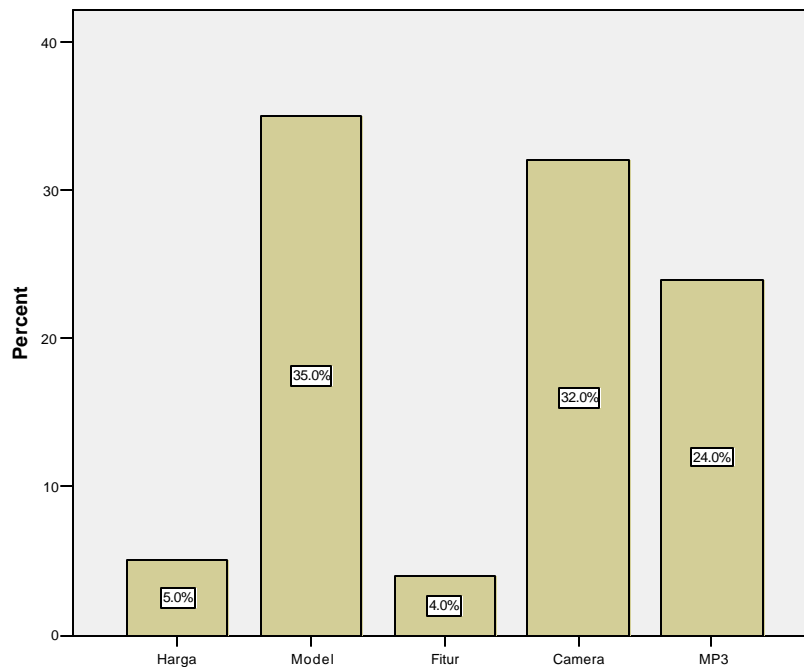
Gambar 4.20
Sebaran Responden

Berdasarkan uji chi square dalam tabulasi silang dapat diperoleh informasi bahwa tidak ada hubungan yang signifikan lama sudah digunakan HP sebelumnya dengan kepuasan secara keseluruhan, hal ini ditunjukkan dengan nilai asymp. sig.

(.711) > dari α (0,05). Ini berarti tidak menunjukkan lama sudah digunakan HP sebelumnya akan kepuasan secara keseluruhan.

4.8.7. Faktor-faktor yang dipentingkan dalam memilih HP

Berdasarkan hasil kuesioner, dapat diperoleh informasi faktor-faktor yang dipentingkan konsumen dalam memilih HP, sebanyak 5% responden menyatakan menggunakan HP karena harga, 35% responden menyatakan telah menggunakan HP karena model, 4% responden menyatakan menggunakan HP karena fiturnya, 32% responden menyatakan menggunakan HP karena kameranya dan 24% menyatakan menggunakan HP karena MP3. Hasil ini menunjukkan bahwa responden lebih mementingkan model HP Samsung yang lebih baik dibandingkan dengan produk lain.



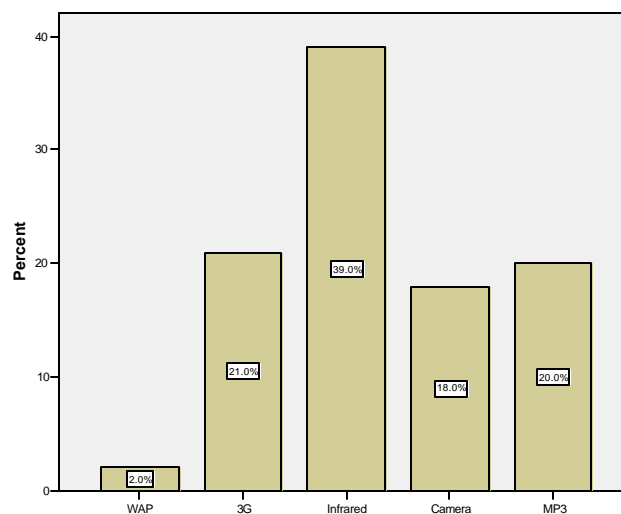
Gambar 4.21
Sebaran Responden

Berdasarkan uji chi square dalam tabulasi silang dapat diperoleh informasi bahwa tidak ada hubungan yang signifikan faktor-faktor yang dipentingkan dalam memilih HP dengan kepuasan secara keseluruhan, hal ini ditunjukkan dengan nilai

asyp. sig. (.787) > dari α (0,05). Ini berarti tidak menunjukkan faktor-faktor yang dipentingkan dalam memilih HP akan kepuasan secara keseluruhan.

4.8.8. Fitur-fitur yang biasa digunakan

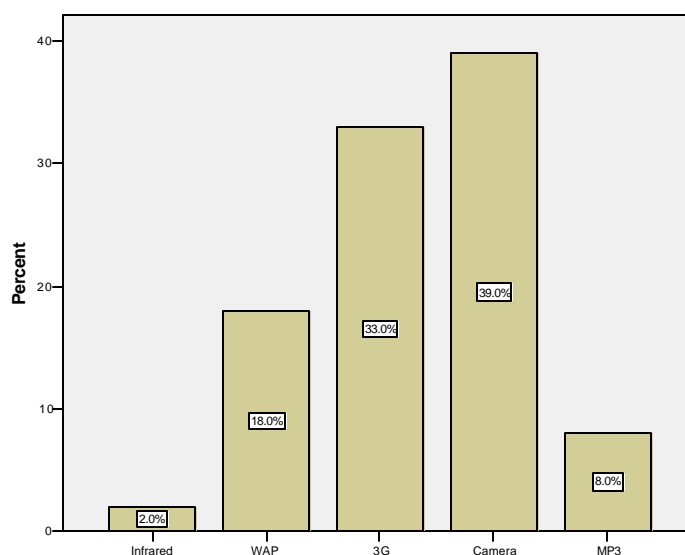
Berdasarkan hasil kuesioner, dapat diperoleh informasi fitur-fitur yang biasa digunakan, sebanyak 4% responden menyatakan biasa menggunakan fitur WAP, 21% responden menyatakan biasa menggunakan fitur 3G, 39% responden menyatakan biasa menggunakan fitur infrared, 18% responden menyatakan biasa menggunakan fitur kamera dan 20% menyatakan menggunakan HP karena MP3. Hasil ini menunjukkan bahwa dalam memilih HP Samsung responden lebih sering menggunakan fitur infrared dimana fitur ini biasanya digunakan untuk tukar data sesama pengguna HP.



Gambar 4.22
Sebaran Responden

Berdasarkan uji chi square dalam tabulasi silang dapat diperoleh informasi bahwa tidak ada hubungan yang signifikan fitur-fitur yang biasa digunakan dengan kepuasan secara keseluruhan, hal ini ditunjukkan dengan nilai asyp. sig. (.852) > dari α (0,05). Ini berarti tidak menunjukkan fitur-fitur yang biasa digunakan akan kepuasan secara keseluruhan.

4.8.9. Fitur-fitur yang paling sering digunakan



Gambar 4.23
Sebaran Responden

Berdasarkan hasil kuesioner, dapat diperoleh informasi fitur-fitur yang paling sering digunakan, sebanyak 2% responden menyatakan sering menggunakan fitur infrared, 18% responden menyatakan sering menggunakan fitur WAP, 33% responden menyatakan sering menggunakan fitur 3G, 39% responden menyatakan sering menggunakan fitur kamera dan 8% menyatakan menggunakan HP karena MP3. Hasil ini menunjukkan bahwa kamera yang dimiliki oleh HP Samsung sering menjadi pertimbangan dalam membeli HP.

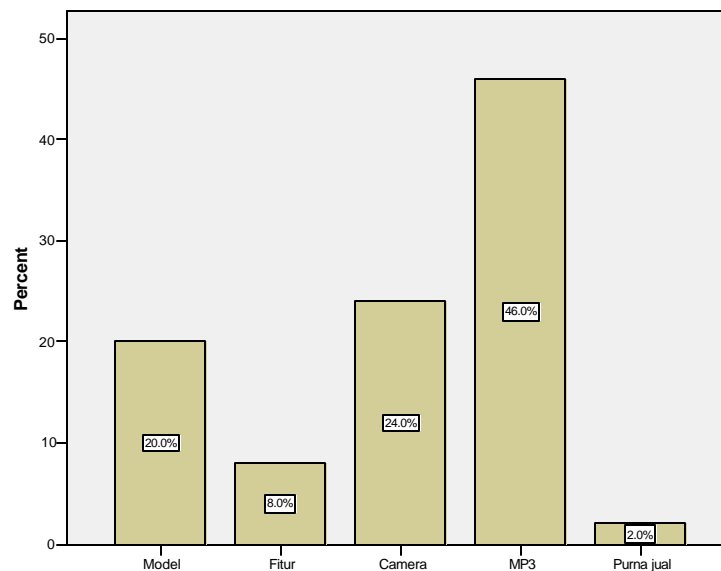
Berdasarkan uji chi square dalam tabulasi silang dapat diperoleh informasi bahwa tidak ada hubungan yang signifikan fitur-fitur yang paling sering digunakan dengan kepuasan secara keseluruhan, hal ini ditunjukkan dengan nilai asymp. sig. (.645) > dari α (0,05). Ini berarti tidak menunjukkan fitur-fitur yang paling sering digunakan akan kepuasan secara keseluruhan.

4.8.10. Faktor yang mendasari memakai telepon seluler Samsung

Berdasarkan hasil kuesioner, dapat diperoleh informasi faktor yang mendasari memakai HP Samsung, sebanyak 20% responden menyatakan menggunakan HP Samsung karena model, 8% responden menyatakan menggunakan HP Samsung karena fitur, 24% responden menyatakan

menggunakan HP Samsung karena kamera, 46% responden menyatakan menggunakan HP Samsung karena fitur MP3 dan 2% menyatakan menggunakan HP Samsung karena purna jualnya. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas MP3 HP Samsung mempunyai keunggulan dibandingkan dengan produk lain.

Berdasarkan uji chi square dalam tabulasi silang dapat diperoleh informasi bahwa tidak ada hubungan yang signifikan faktor yang mendasari memakai telepon seluler Samsung dengan kepuasan secara keseluruhan, hal ini ditunjukkan dengan nilai asymp. sig. (.746) > dari α (0,05). Ini berarti tidak menunjukkan faktor yang mendasari memakai telepon seluler Samsung akan kepuasan secara keseluruhan.



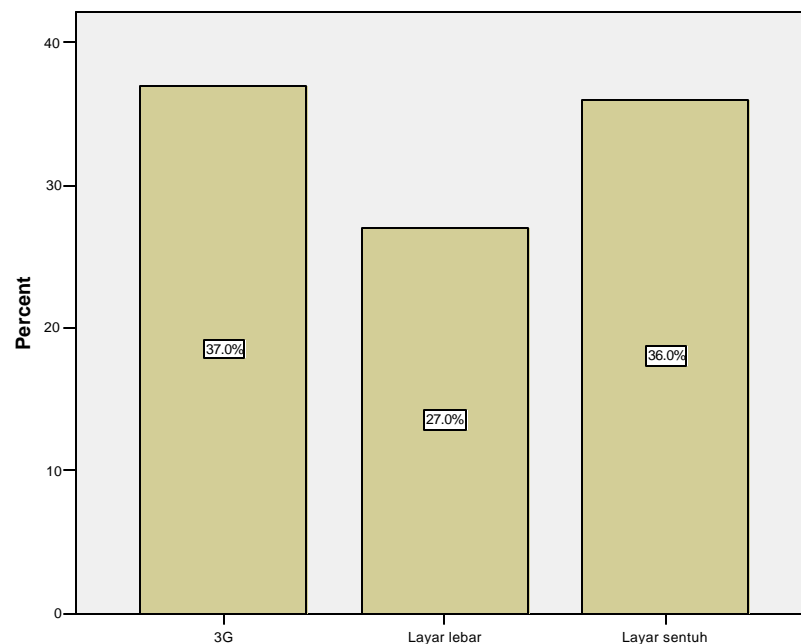
Gambar 4.24
Sebaran Responden

4.8.11. Yang diinginkan dari telepon seluler GSM Samsung untuk masa yang akan datang

Berdasarkan hasil kuesioner, dapat diperoleh informasi yang diinginkan dari HP Samsung di masa mendatang, sebanyak 37% responden menyatakan menginginkan HP Samsung di masa mendatang adalah adanya 3G, 27% responden menyatakan menginginkan HP Samsung di masa mendatang adalah layar lebar dan 36% responden menyatakan menginginkan HP Samsung di masa mendatang

adalah layar sentuh. Hasil ini menunjukkan bahwa responden menginginkan kualitas 3G yang lebih baik karena bisa sebagai komunikasi yang lebih baik.

Berdasarkan uji chi square dalam tabulasi silang dapat diperoleh informasi bahwa tidak ada hubungan yang signifikan yang diinginkan dari telepon seluler GSM Samsung untuk masa yang akan datang dengan kepuasan secara keseluruhan, hal ini ditunjukkan dengan nilai asymp. sig. (.614) > dari α (0,05). Ini berarti tidak menunjukkan yang diinginkan dari telepon seluler GSM Samsung untuk masa yang akan datang akan kepuasan secara keseluruhan.



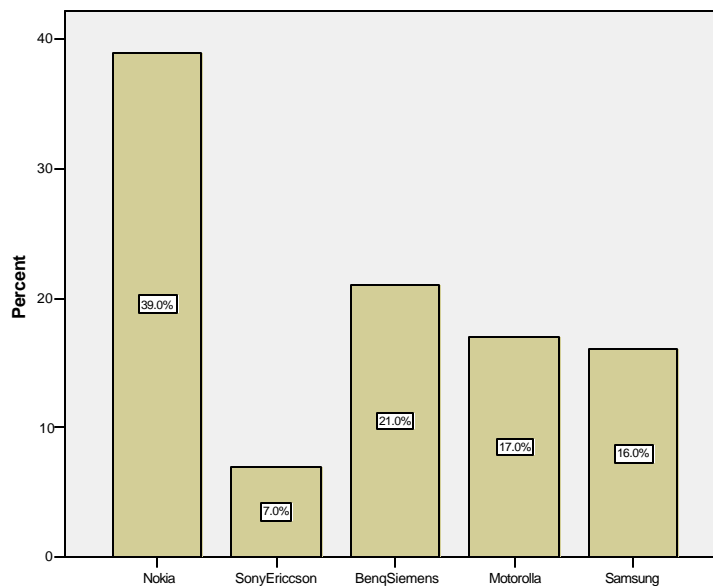
Gambar 4.25
Sebaran Responden

4.8.12. *Brand Image*

a. **Harga**

Berdasarkan hasil kuesioner, dapat diperoleh informasi brand image HP didasarkan pada harga, sebanyak 39% responden menyatakan Nokia, 7% responden menyatakan Sony Ericsson, 21% responden menyatakan BenqSiemens 17% responden menyatakan Motorola, dan 16% responden menyatakan Samsung. Hasil ini menunjukkan bahwa HP Samsung masih mempunyai harga

yang lebih mahal dibandingkan dengan HP Nokia, ini disebabkan karena HP Samsung memberikan fitur-fitur yang lebih baik dibandingkan dengan Nokia.



Gambar 4.26
Sebaran Responden

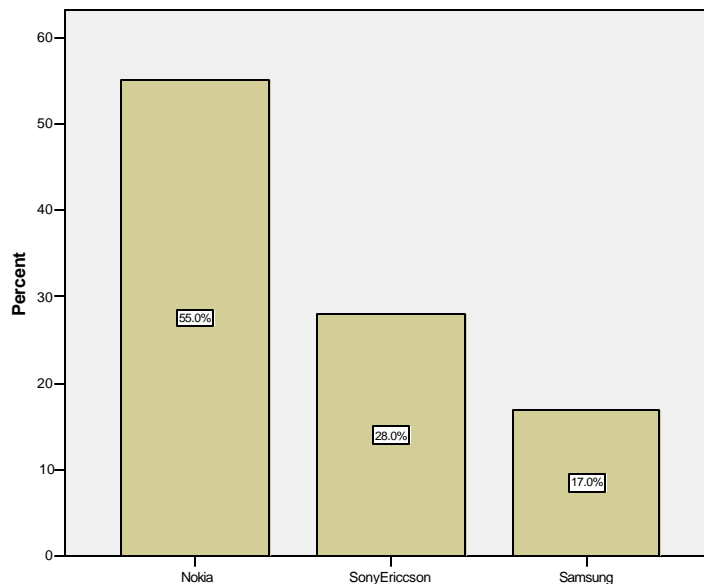
Berdasarkan uji chi square dalam tabulasi silang dapat diperoleh informasi bahwa tidak ada hubungan yang signifikan brand image terhadap harga dengan kepuasan secara keseluruhan, hal ini ditunjukkan dengan nilai asymp. sig. (.204) > dari α (0,05). Ini berarti tidak menunjukkan brand image terhadap harga HP akan kepuasan secara keseluruhan.

b. Model

Berdasarkan hasil kuesioner, dapat diperoleh informasi brand image HP didasarkan pada model, sebanyak 59% responden menyatakan Nokia, 28% responden menyatakan Sony Ericsson, dan 17% responden menyatakan Samsung. Hasil ini menunjukkan bahwa HP Samsung mempunyai model yang masih kurang baik dibandingkan dengan HP Nokia, dimana HP Nokia selalu mempunyai model yang mengikuti perkembangan jaman.

Berdasarkan uji chi square dalam tabulasi silang dapat diperoleh informasi bahwa tidak ada hubungan yang signifikan brand image terhadap model dengan kepuasan secara keseluruhan, hal ini ditunjukkan dengan nilai asymp. sig. (.994) >

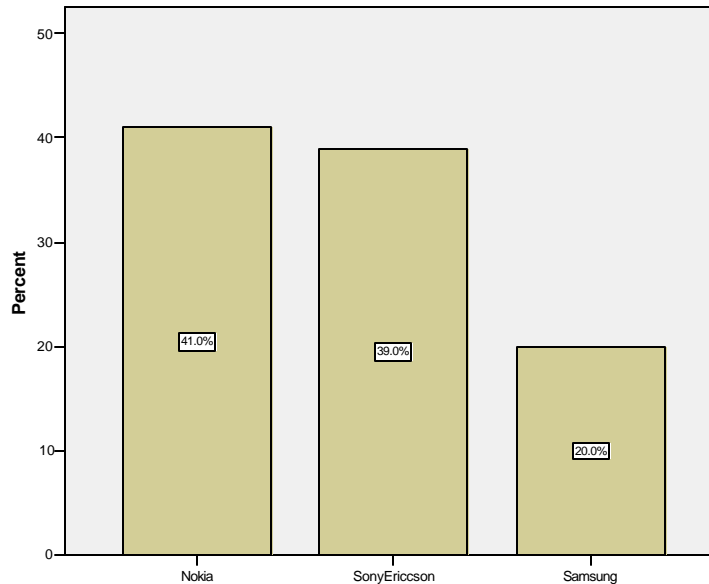
dari α (0,05). Ini berarti tidak menunjukkan brand image terhadap model HP akan kepuasan secara keseluruhan.



Gambar 4.27
Sebaran Responden

c. Mudah Pengoperasian

Berdasarkan hasil kuesioner, dapat diperoleh informasi brand image HP didasarkan pada kemudahan pengoperasian, sebanyak 41% responden menyatakan Nokia, 39% responden menyatakan Sony Ericsson, dan 20% responden menyatakan Samsung. Hasil ini menunjukkan bahwa dalam pengoperasiannya HP Samsung masih sulit untuk dioperasikan dibandingkan dengan HP Nokia yang berarti HP Samsung masih perlu mengevaluasi lagi kemudahan pengoperasiannya.

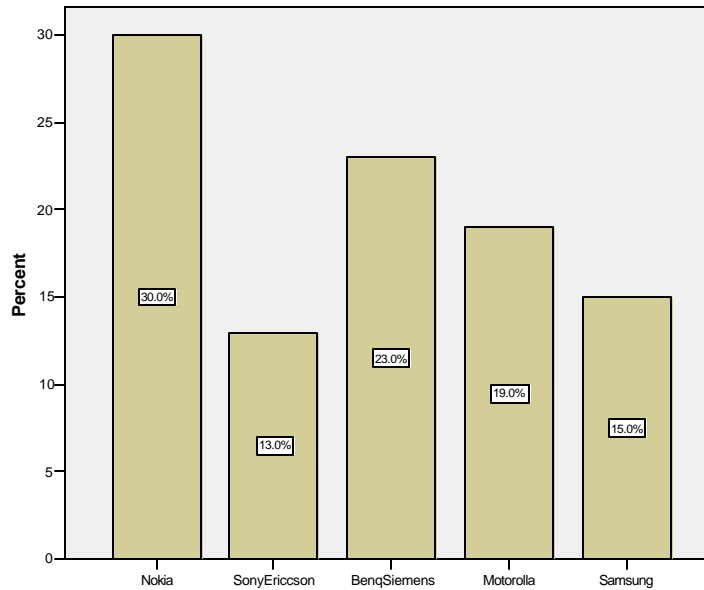


Gambar 4.28
Sebaran Responden

Berdasarkan uji chi square dalam tabulasi silang dapat diperoleh informasi bahwa tidak ada hubungan yang signifikan brand image terhadap mudah pengoperasian dengan kepuasan secara keseluruhan, hal ini ditunjukkan dengan nilai asymp. sig. (.836) > dari α (0,05). Ini berarti tidak menunjukkan brand image terhadap kemudahan pengoperasian HP akan kepuasan secara keseluruhan.

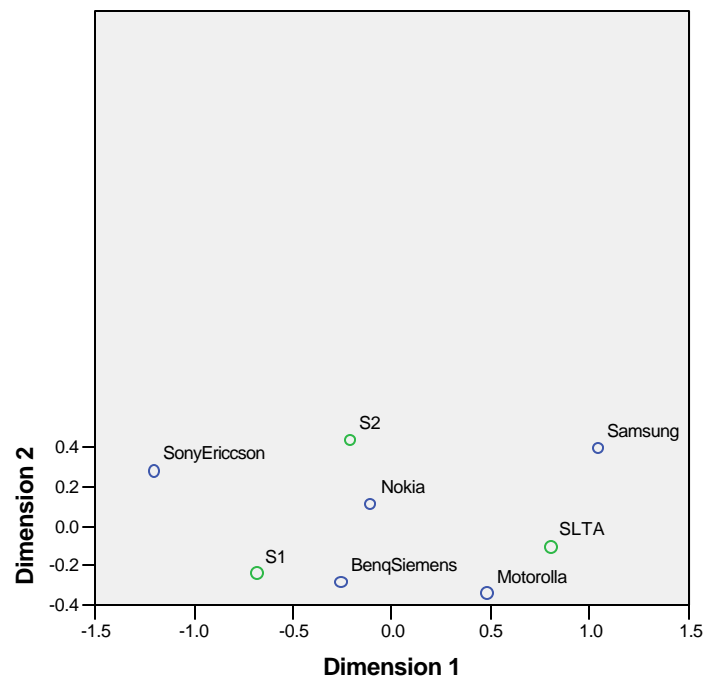
d. Kehandalan HP

Berdasarkan hasil kuesioner, dapat diperoleh informasi brand image HP didasarkan pada kehandalan, sebanyak 30% responden menyatakan Nokia, 13% responden menyatakan Sony Ericsson, 23% responden menyatakan BenqSiemens 19% responden menyatakan Motorola, dan 15% responden menyatakan Samsung. Hasil ini menunjukkan kehandalan HP Samsung masih belum dapat diandalkan dengan HP Nokia yang berarti kehandalan HP Samsung masih perlu dievaluasi agar lebih baik.



Gambar 4.29
Sebaran Responden

Berdasarkan uji chi square dalam tabulasi silang dapat diperoleh informasi bahwa tidak ada hubungan yang signifikan brand image terhadap kehandalan dengan kepuasan secara keseluruhan, hal ini ditunjukkan dengan nilai asymp. sig. (.792) > dari α (0,05). Ini berarti tidak menunjukkan brand image terhadap kehandalan HP akan kepuasan secara keseluruhan.



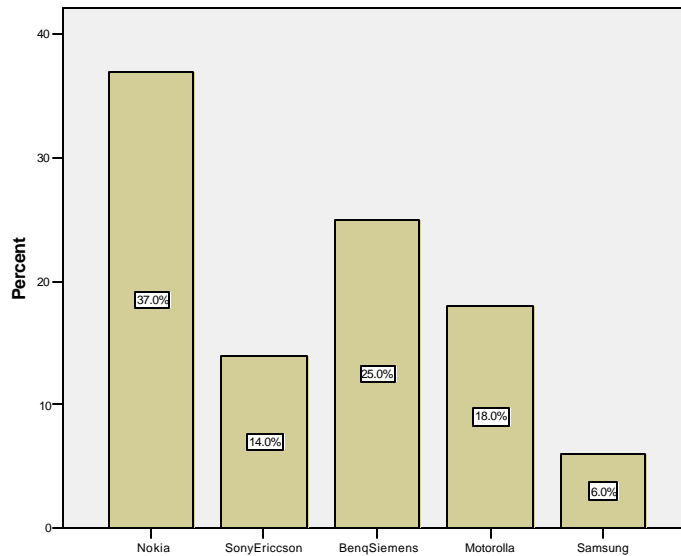
Gambar 4.30
Korespodensi Kehandalan HP dengan Pendidikan

Berdasarkan analisis korespodensi didasarkan pada kehandalan HP menunjukkan bahwa telepon selular Nokia diminati responden dengan pendidikan S2. HP Samsung diminati responden dengan pendidikan SLTA. HP Sony Ericsson dan Siemens diminati responden dengan pendidikan S1. HP Motorola diminati responden dengan pendidikan SLTA. Berdasarkan uji chi square dapat diperoleh informasi bahwa ada hubungan yang signifikan antara kehandalan HP dengan pendidikan responden, hal ini ditunjukkan dengan nilai sig. (.022) < dari α (0,05).

e. Pengguna

Berdasarkan hasil kuesioner, dapat diperoleh informasi brand image HP didasarkan pada banyaknya pengguna, sebanyak 37% responden menyatakan Nokia, 14% responden menyatakan Sony Ericsson, 25% responden menyatakan BenqSiemens 18% responden menyatakan Motorola, dan 6% responden menyatakan Samsung. Hasil ini menunjukkan penggunaan HP Samsung masih

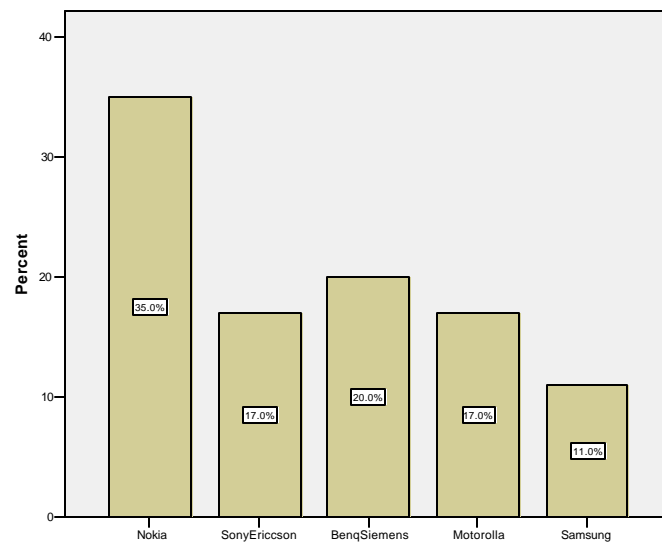
terlalu sulit bagi penggunaannya dibandingkan HP Nokia yang berarti penggunaan HP Samsung masih perlu dievaluasi agar lebih baik.



Gambar 4.31
Sebaran Responden

Berdasarkan uji chi square dalam tabulasi silang dapat diperoleh informasi bahwa tidak ada hubungan yang signifikan brand image terhadap banyaknya pengguna dengan kepuasan secara keseluruhan, hal ini ditunjukkan dengan nilai asymp. sig. (.080) > dari α (0,05). Ini berarti tidak menunjukkan *brand image* terhadap banyaknya pengguna HP akan kepuasan secara keseluruhan.

f. Fitur



Gambar 4.32
Sebaran Responden

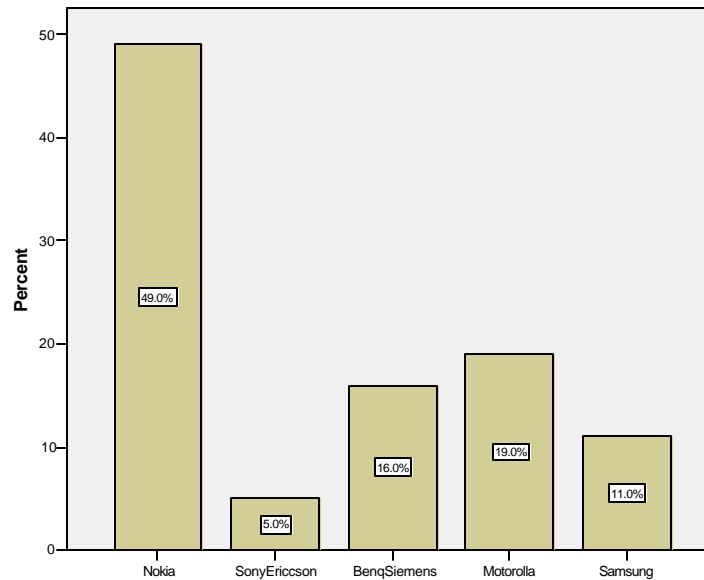
Berdasarkan hasil kuesioner, dapat diperoleh informasi brand image HP didasarkan pada fitur, sebanyak 35% responden menyatakan Nokia, 17% responden menyatakan Sony Ericsson, 20% responden menyatakan BenqSiemens 17% responden menyatakan Motorola, dan 11% responden menyatakan Samsung. Hasil ini menunjukkan fitur-fitur HP Samsung masih terlalu minim dibandingkan HP Nokia dimana HP Nokia selama ini selalu mengembangkan fitur-fitur baru dalam produknya.

Berdasarkan uji chi square dalam tabulasi silang dapat diperoleh informasi bahwa tidak ada hubungan yang signifikan brand image terhadap fitur dengan kepuasan secara keseluruhan, hal ini ditunjukkan dengan nilai asymp. sig. (.761) > dari α (0,05). Ini berarti tidak menunjukkan brand image terhadap fitur HP akan kepuasan secara keseluruhan.

g. Purna Jual

Berdasarkan hasil kuesioner, dapat diperoleh informasi brand image HP didasarkan pada purna jual, sebanyak 49% responden menyatakan Nokia, 5% responden menyatakan Sony Ericsson, 16% responden menyatakan BenqSiemens 19% responden menyatakan Motorola, dan 11% responden menyatakan

Samsung. Hasil ini menunjukkan purna jual HP Samsung masih terlalu sulit dibandingkan HP Nokia dikarenakan purna jual di pasar untuk HP Samsung turun dratis dibandingkan dengan harga barunya karena kurang peminatnya.

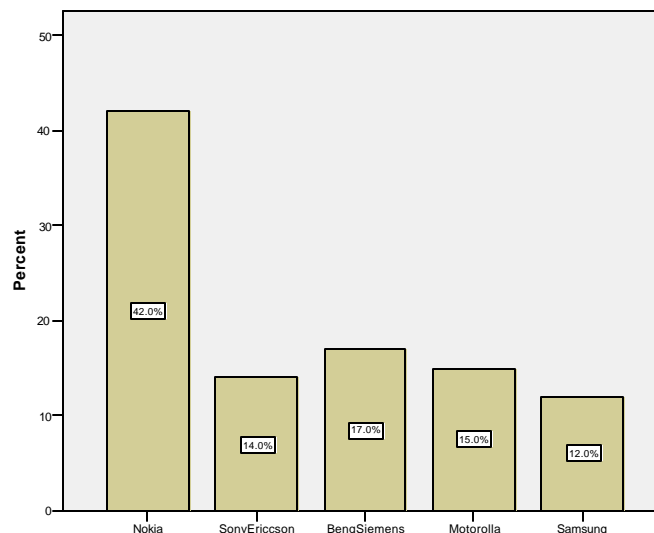


Gambar 4.33
Sebaran Responden

Berdasarkan uji chi square dalam tabulasi silang dapat diperoleh informasi bahwa ada hubungan yang signifikan brand image terhadap purna jual dengan kepuasan secara keseluruhan, hal ini ditunjukkan dengan nilai asymp. sig. (.039) < dari α (0,05). Ini berarti menunjukkan brand image terhadap purna jual HP akan kepuasan secara keseluruhan.

h. Perawatan

Berdasarkan hasil kuesioner, dapat diperoleh informasi brand image HP didasarkan pada purna jual, sebanyak 42% responden menyatakan Nokia, 14% responden menyatakan Sony Ericsson, 17% responden menyatakan BenqSiemens 15% responden menyatakan Motorola, dan 12% responden menyatakan Samsung. Hasil ini menunjukkan perawatan HP Samsung masih terlalu sulit dibandingkan HP Nokia dikarenakan dealer-dealer perawatan HP Samsung masih kurang dibandingkan HP Nokia.



Gambar 4.34
Sebaran Responden

Berdasarkan uji chi square dalam tabulasi silang dapat diperoleh informasi bahwa tidak ada hubungan yang signifikan brand image terhadap perawatan dengan kepuasan secara keseluruhan, hal ini ditunjukkan dengan nilai asymp. sig. (.851) > dari α (0,05). Ini berarti tidak menunjukkan brand image terhadap perawatan HP akan kepuasan secara keseluruhan.

Berdasarkan analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa tingkat kepuasan para pengguna telepon seluler GSM merek Samsung 37% dan ketidakpuasan terhadap HP Samsung adalah 38%, hal ini dapat dilihat dari *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Customer Dissatisfaction Index* (CDI)

Hasil identifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen pengguna telepon seluler GSM merek Samsung dapat diketahui bahwa Model, Harga, Fitur (Permainan, 3G, aplikasi), Ketahanan, Kamera, MP3, Purna jual dan layanan merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan. Hal ini dapat dilihat dari analisis structural equation model.

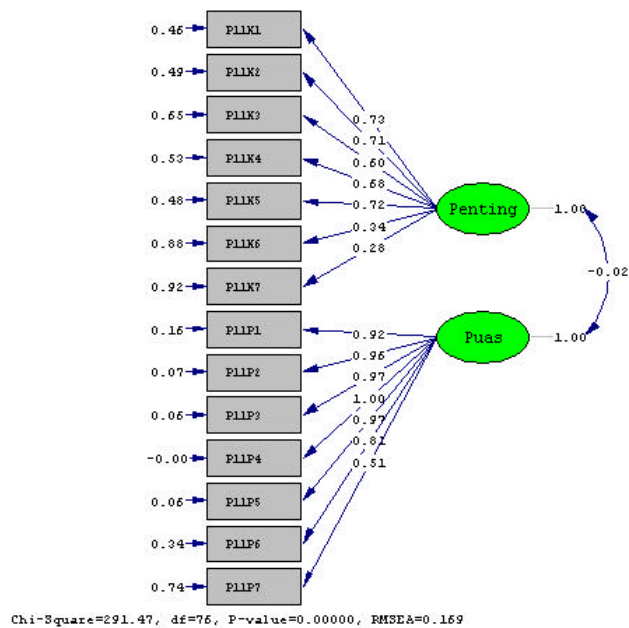
Image masyarakat terhadap telepon seluler GSM merek Samsung dapat diketahui bahwa sebagian besar adalah baik khususnya pada fitur kamera dan MP3, hal ini dapat ditunjukkan dari analisis dekripsi dan analisis chaid.

4.9. Analisis SEM

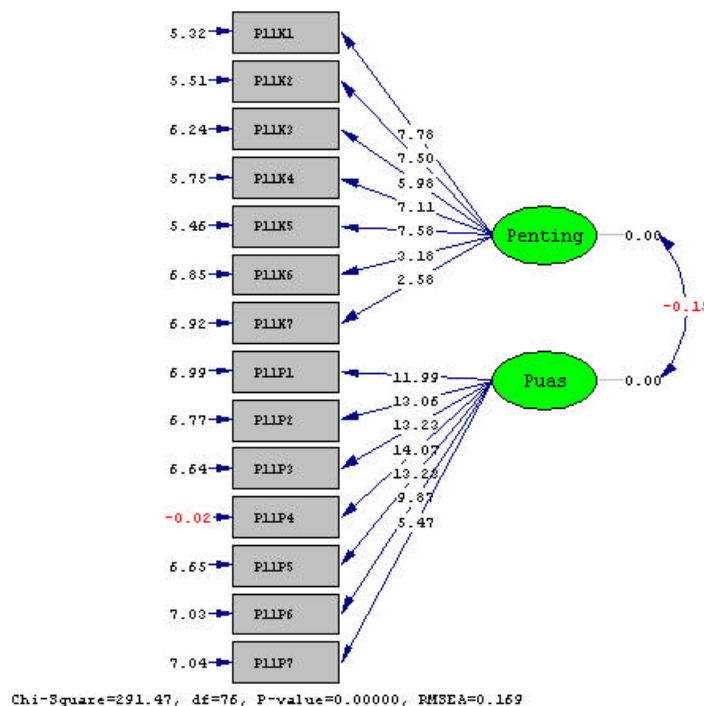
Analisis SEM perlu dilakukan karena tingginya tingkat keterlibatan hubungan antar variabel yaitu tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan.

a. Menyusun Path Diagram

Setelah melakukan analisis terhadap karakteristik responden dan melakukan pengolahan data berdasarkan isian responden terhadap kuesioner yang dibagikan dengan menggunakan program Lisrel. Adapun hasil path diagram adalah sebagai berikut:



Gambar 4.35
Hasil Analisis Jalur (Koefisien)



Gambar 4.36
Hasil Analisis Jalur (t_{hitung})

b. Menterjemahkan Diagram Path ke dalam Persamaan

Persamaan yang dihasilkan pada penelitian ini adalah persamaan struktural, karena tujuan penelitian ini adalah ingin mengetahui hubungan kausalitas dan pengaruh signifikan antar variabel-variabel yang diteliti. Persamaan-persamaan struktural yang diajukan dalam model penelitian ini dapat dilihat di lampiran.

Nilai-nilai koefisien path dan t_{hitung} nya yang telah diestimasi oleh **Lisrel** dapat dilihat pada Tabel 4.4 di bawah ini:

Tabel 4.4 Estimasi Parameter

			Standardized	t_{hitung}	t
Puas	<-->	Penting	-.02	-0.15	1.96

Sumber: Gambar 4.35 dan 4.36

Pada Tabel 4.4 di atas, melalui pengamatan terhadap nilai t_{hitung} yang identik dengan uji-t dalam regresi yang dibandingkan dengan t tabel $\pm 1,96$, serta *p-value*, terlihat bahwa koefisien regresi secara tidak signifikan sama dengan nol, karena

itu hipotesa nol bahwa *regression weight* adalah sama dengan nol dapat diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa hubungan antara tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan konsumen pengguna HP Samsung tidak memiliki hubungan, yang berarti kepentingan ataupun harapan konsumen tidak ada hubungannya dengan tingkat kepuasan konsumen dalam menggunakan HP Samsung. Ini disebabkan karena tingkat kepentingan pada produk HP bukan didasarkan tingkat kepuasan karena produk HP sering mengalami pengembangan produk yang tiap tahun pasti ada edisi terbaru, sehingga kepuasan terhadap produk yang dipentingkan juga berbeda.

Berdasarkan analisis SEM diketahui hasil korelasi sebesar negatif 0,15 yang berarti makin tinggi tingkat kepentingan maka semakin rendah tingkat kepuasan dan dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa atribut yang paling besar terhadap tingkat kepentingan adalah atribut model dan kamera, sedangkan tingkat kepuasan yang paling berpengaruh adalah fitur, ketahanan dan kamera.