

## Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Pembelian *Handphone Samsung* dan *Iphone* Pada Kalangan Remaja Di Desa Lirik Bulan Januari-Mei 2025

Ika Safitri, Nova Yanti Maleha

Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Indo Global Mandiri Palembang

Email: [Ikas5753@gmail.com](mailto:Ikas5753@gmail.com)

### *Abstract*

*The purpose of this study is determine the extent to which quality influences individually and simultaneously the purchasing decisions of Samsung and iPhone mobile phone among teenagers in Lirik village in January-may 2025 this study uses a qualitative approach, data collection is carried out by distributing likest questionnaires to teenagers in Lirik village. The questionnaire contains questions about the quality of samsung and iphone mobile phone according to the questionnaire respondents the target of this questionnaire is people who use samsung and iphone smartphones. The benefits of this study are expected to have a positive impact on Samsung and iPhone products, namely improving the shortcomings of Samsung and iPhone products. By using the servey/questionnaire filing method it is hoped that results of this study can provide a clear form regarding the influence of samsung and iphone product quality on smartphone purchasing decisions in lirik village.*

**Keywords :** *Product Quality, Buyer Decision*

### **Abstrak**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana kualitas berpengaruh secara per-sial dan simultan terhadap keputusan pembeli *handphone* samsung dan *iphone* pada kalangan remaja di-desa lirik bulan Januari-mei 2025 .penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara likert kepada remaja di desa lirik. Kuesioner berisi pertanyaan tentang kualitas *handphone* samsung dan *iphone* menurut pengisi kuesioner. Target dari kuesioner ini adalah orang-orang pengguna *smartphone* samsung dan *iphone* . Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi produk samsung dan *iphone*, yakni memperbaiki kekurangan yang dimiliki produk samsung dan *iphone*. Dengan menggunakan metode survei/pengisian kuesioner, diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan bentuk yang jelas mengenai pengaruh kualitas produk samsung dan *iphone* terhadap keputusan pembelian *smartphone* di desa lirik

**Kata Kunci :** *Kualitas Produk, Keputusan Pembeli*

## Pendahuluan

Teknologi sudah menjadi kebutuhan manusia sejak pertama kali ditemukan. Di era digital saat ini keberadaan teknologi tidak dapat dipisahkan dari kehidupan kita. Dengan perkembangannya yang pesat dari waktu ke waktu membuat teknologi saat ini sudah menjadi kebutuhan penting dalam hidup manusia. Teknologi saat ini sudah memasuki hampir semua aspek kehidupan kita. Hampir setiap aktivitas yang kita lakukan sehari-hari selalu melibatkan keberadaan teknologi. Dari teknologi terciptanya banyak benda atau barang yang telah menjadi peran penting dalam kehidupan umat manusia, salah satunya adalah komunikasi. Dalam perkembangannya teknologi telekomunikasi selalu mengalami perubahan dan evolusi dari waktu ke waktu. Pada masa lalu media yang ada tidak efisien dan hanya bersifat satu arah dalam penyampaian informasinya, seperti penggunaan surat, radio panggil (pager), ataupun telegram. Namun saat ini menjadi semakin praktis dan mudah digunakan. Jika dulu kita hanya menggunakan telepon di tempat-tempat tertentu seperti di telepon umum atau di rumah, saat ini kita dapat melakukan sambungan telepon di mana saja dengan menggunakan handphone. Bahkan di era digital saat ini menjadi semakin maju dan berkembang dengan keberadaan ponsel pintar atau *smartphone*.

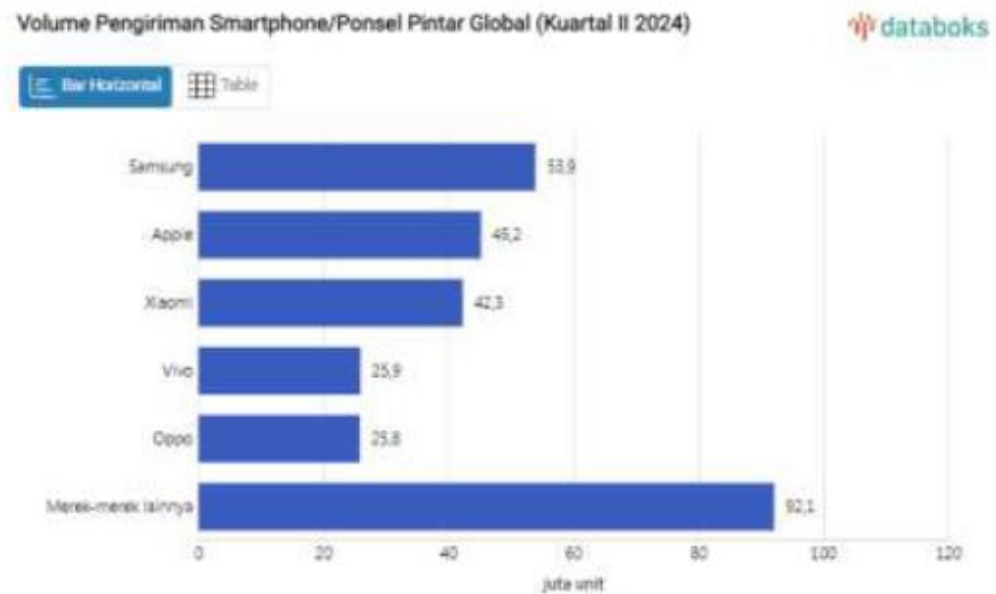
Ponsel pintar yang Bahasa sehari-hari penyebutannya adalah HP. *Smartphone* merupakan telepon genggam atau telepon seluler pintar yang dilengkapi dengan fitur yang mutakhir dan berkemampuan tinggi layaknya sebuah komputer. *Smartphone* dapat juga diartikan sebagai sebuah telephone genggam yang bekerja dengan menggunakan perangkat lunak sistem operasi (OS) yang menyediakan hubungan standar dan mendasar bagi pengembang aplikasi. Ada juga yang mendefinisikan *smartphone* sebagai sebuah telephone genggam pintar yang memiliki fitur

canggih seperti Email, Internet, pembaca ebook, dan lainnya. Singkatnya, *smartphone* merupakan komputer kecil yang memiliki kemampuan sebuah *telephone*. [Nicholas rawong,verrell valencio, fabio bestra Universitas Katolik Musi Charitas]

Industri *smartphone* di Indonesia terus berkembang pesat dengan banyak merek berlomba menghadirkan teknologi terbaru, desain modern dan harga yang kompetitif. Tahun 2025 menjadi saksi persaingan ketat antara berbagai brand yang menawarkan produk untuk berbagai segmen pengguna. Mulai dari kelas *entry level* hingga *flagship* masyarakat, kini memiliki lebih banyak pilihan dengan fitur yang semakin canggih. faktor dominan kameran yang canggih, fokus pada gaming, harga terjangkau dengan fitur premium. karena perkembangan *smartphone* sangat cepat di Indonesia, dan juga pengguna *smartphone* yang sangat banyak dan terus bertambah di Indonesia, merek-merek *smartphone* ternama banyak berlomba memasukan produk *smartphone* mereka ke Indonesia.

Jika di definisikan Mengutip dari Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy) (2019), merek adalah suatu nama, simbol, tanda, desain ataupun gabungan di antaranya guna dipakai sebagai identitas suatu perorangan, organisasi, atau perusahaan pada barang dan jasa yang dimiliki untuk membedakan dengan produk jasa lainnya. Dengan adanya merek ini konsumen dapat dengan mudah membedakan produk satu dengan lainnya yang akan dikonsumsi berdasarkan berbagai pertimbangan serta menimbulkan kesetiaan terhadap suatu merek (*brand loyalty*). Jika menurut para ahli Menurut David A. Aker, (1997) dalam A.B Santoso (2004 : 6) merek adalah nama atau simbol yang bersifat membedakan (seperti logo, cap, atau kemasan) engan maksud mengidentifikasi barang atau jasa dari seseorang penjual atau sebuah kelompok penjual tertentu. Merek merupakan satu kesatuan yang penting dalam sebuah Perusahaan. Tanpa

brand atau merek, Perusahaan tidak ada jati diri, atau tidak ada ciri khas yang berbeda dari Perusahaan lainnya. Adanya merek menjadi lambang atau ciri khas Perusahaan tersebut. Dengan adanya merek, Perusahaan atau bisnis dapat lebih mudah dikenal karena ada pembeda disbanding Perusahaan lain.[Nicholas rawong,verrell valencio, fabio bestra Universitas Katolik Musi Charitas]



Gambar 1. Volume Pengiriman Smartphone/Ponsel Pintar Global (Kuartal II 2024)

Berdasarkan pada gambar 1 yang dimuat oleh Databoks Katadata (2024), Samsung berhasil mendominasi pasar ponsel pintar global pada kuartal II tahun 2024 dengan penguasaan pangsa pasar sebesar 21%. Pencapaian ini menempatkan Samsung di peringkat pertama, mengungguli pesaing utamanya seperti Apple (17%), Xiaomi (14%), Transsion (10%), dan OPPO (9%). Keberhasilan Samsung mempertahankan posisi puncak dalam persaingan global menunjukkan tingginya kepercayaan konsumen terhadap kualitas, inovasi, dan nilai merek yang ditawarkan perusahaan. Dominasi ini tidak hanya mencerminkan kekuatan Samsung secara global, tetapi juga memperkuat relevansi pemilihan merek

Samsung ini. [Lawra Ameliyyah<sup>1</sup>, Cen Lu<sup>2</sup> Program Studi Sarjana  
Manajemen Fakultas Hukum dan Bisnis Digital Universitas Kristen  
Maranatha Bandung<sup>1,2\*</sup> Email Korespondensi:  
lawraameliyyah06@gmail.com]

Kualitas produk sebagai faktor yang sering dievaluasi oleh konsumen dalam melakukan keputusan pembelian terhadap suatu produk. Dengan kualitas produk yang baik maka keinginan dan kebutuhan konsumen terhadap suatu produk akan terpenuhi (Hendro & Hidayat, 2018). Sebuah produk yang berkualitas memiliki nilai tambah dibandingkan produk lainnya. Semakin baik kualitas suatu produk maka akan membuat konsumen semakin yakin dan percaya dalam memilih produk tersebut. Keputusan pembelian konsumen tak terlepas dari gaya hidup konsumen dimana yang awalnya menganggap bahwa untuk memiliki suatu produk karena manfaatnya, namun sekarang bergeser bahwa memiliki produk karena nilai produk itu sendiri yang dapat memenuhi keinginannya dan meningkatkan prestise-nya yang ingin membeli produk yang bermanfaat dan mempunyai kualitas yang baik (Darmasari & Wijayanto, 2014).

Pasar produk teknologi dan elektronik di Indonesia menunjukkan resiliensi dengan mencatatkan pertumbuhan nilai penjualan sebesar 2%, meskipun jumlah unit yang terjual mengalami penurunan 7% dibandingkan tahun 2024. Pertumbuhan nilai penjualan ini didorong oleh permintaan terhadap produk-produk inovatif dengan fitur dan manfaat yang lebih unggul. Menurut GfK, tren penjualan pada 2025 kemungkinan besar akan mirip dengan tahun 2024, di mana penurunan jumlah unit yang terjual masih terjadi, tetapi pada tingkat yang lebih moderat dan mulai menuju normal. Tak hanya itu, berdasarkan laporan terbaru dari GfK, penjualan smartphone di Indonesia pada tahun 2025 diprediksi akan

mengalami pertumbuhan yang optimistis. Pertumbuhan yang lebih tinggi akan didorong oleh segmen smartphone dengan harga Rp 7 juta ke atas. Selain pertumbuhan dari segmen harga yang lebih tinggi, pasar juga menunjukkan kecenderungan terpolarisasi dengan adanya pertumbuhan pada segmen harga yang lebih rendah (sekitar Rp 1,5 juta). Para pelaku pasar smartphone bersaing menawarkan spesifikasi yang lebih baik dengan harga yang kompetitif untuk menarik minat konsumen.

Dari sekian banyak brand smartphone yang beredar di Indonesia, nama Samsung dan iPhone diprediksi masih menjadi pemimpin, meski nama-nama lain seperti Vivo, Xiaomi, Oppo dan Huawei juga mulai menunjukkan taringnya. Seperti diketahui, Samsung bakal mengandalkan produk barunya yakni Galaxy S25 Series yang siap meluncur di awal 2025. Sementara Apple akan mengandalkan seri iPhone 16 meskipun saat ini smartphone masih berstatus ilegal di Indonesia. Namun, hal ini sudah bukan menjadi kendala lagi karena Apple bersedia menaikkan nilai investasinya di tanah air sebesar USD 1 miliar baik untuk penelitian, pengembangan sampai menyediakan pabrik spare part. [Mantap! Pengguna Smartphone di Indonesia Tahun 2025 Bakal Semakin Banyak - Tekno]

Masalah yang sering muncul di kalangan konsumen adalah bagaimana mereka memutuskan untuk membeli produk tertentu di tengah banyaknya pilihan smartphone yang ada di pasaran. Samsung maupun iPhone menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan dominasinya di pasar smartphone Indonesia, termasuk di desa lirik, di tengah persaingan ketat dari merek-merek lain. Berdasarkan laporan Jabar Ekspres (2025), pangsa pasar Samsung berada di posisi keempat di 2025, kalah dari beberapa kompetitor, Salah satu faktor utama yang menyebabkan penurunan ini adalah perubahan preferensi konsumen, khususnya

generasi muda yang lebih tertarik pada inovasi dan ekosistem teknologi yang lebih terintegrasi, seperti yang ditawarkan oleh Apple. Selain itu, beberapa pengguna Samsung di lirik mengeluhkan performa perangkat yang menurun seiring waktu, baterai yang cepat panas, serta harga produk yang dianggap kurang kompetitif dibandingkan merek lain dengan spesifikasi serupa.

### **Metode Penelitian**

Jenis penelitian kualitatif dengan menyebarkan kuensoner skala likert untuk mnegukur sikap, pendapat/persepsi Kuensoner berisi pertanyaan tentang kualitas hanphone samsung dan iphone, populasi dan penyebaran kuensoner ialah remaja di desa lirik yang menggunakan hanphone samsung dan iphone .

### **Hasil dan Pembahasan**

Pangsa pasar Dari databoks 2024 ialah .Samsung 21%, Apple (17%), Xiaomi (14%), Transsion (10%), dan OPPO (9%). samsung mempertahankan posisi puncak persaingan global di 2024 .

Menurut GFK [gesellschaft fur konsumforschung ] tentang penjualan tahun 2025 memungkinkan besara akan mirip dengan tahun 2024 dimana menurut jumlah unit terjual masi menjadi tetapi ditingkat yang lebih moderat dan mulai menuju normal, tahun 2025 diperekdiksi megalami pertumbuhan yang optimis di dorong oleh segmen smarphone Rp 7 juta ke atas harga yang lebih rendah sekitar Rp 1,5 juta ,hasil menyebutkan bahwa variabel kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian iphone.

## **Pembahasan**

Dari sekian banyak merek handphone Samsung dan iPhone di prediksi masih menjadi pemimpin seperti diketahui Samsung akan mengandalkan produk terbarunya yakni Galaxy S25 series, sementara Apple mengandalkan series iPhone 16-17, meskipun saat ini smartphone masih seratus ilegal di Indonesia namun hal ini bukan lagi menjadi kendala karena Apple bersedia menaikan nilai investasinya di tanah air sebesar USD 1 miliar dan membangun perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian

## **Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian smartphone merek Samsung terhadap keputusan pembelian smartphone merek Samsung dan iPhone dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian yang menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk yang dirasakan oleh konsumen, maka semakin tinggi pula kemungkinan mereka untuk melakukan pembelian. Faktor-faktor seperti daya tahan, desain menarik, fitur yang inovatif, dan performa produk berperan penting dalam mendorong konsumen memilih produk tersebut, khususnya dalam pembelian smartphone. Situasi seperti diskon besar, promosi terbatas, penawaran menarik, dan faktor emosional saat berbelanja dapat memicu konsumen untuk segera membeli tanpa pertimbangan rasional terlebih dahulu. Hal ini menunjukkan pentingnya strategi pemasaran yang memanfaatkan momen emosional dan urgensi bagi konsumen.



## Daftar Pustaka

- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 38–51. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2271>
- Agustianti, A. P., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2022). Pengaruh Diskon dan Impulse Buying Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Jimeis*, 2(April), 88–97. <http://jurnalmahasiswa.umsu.ac.id/index.php/jimeis/index>
- Alfred, Owusu. 2013. Influences of Price And Quality On Consumer Purchase Of Mobile. *European Journal of Business and Management*. Vol.5, No.1.
- Ali, Hasan. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta. CAPS (Center For Academic Publishing Service)
- Aloysius Rangga Aditya Nalendra, Slamet Heri Winarno, Susanti, I. D., & Latumahina, J. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Produksi Tiongkok Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Hp Android Xiaomi). *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(12), 1171–1181. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v3i12.307>
- Andrianto, Hendra Noky. 2013. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Jenis Mpv Merek Toyota Kijang Innova Di Semarang.
- Aresa, Della. 2012. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Repurchase Intention. Skripsi Universitas Indonesia.
- Arianto, N., & Albani, A. F. 2019. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Pada Samsung Store Mall Bintaro Exchange. *Jimf (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*.
- Arikunto, S. 2002. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, Edisi Revisi V. Jakarta : Rineka Putra.
- Arsyalan, A. G., Nur, D. S., Octavia, A., Rusli, C. A., Mulyandi, M. R. R., Nst, V. F. H., Dewi, N. S., Sudiksa, I. B., Padmawati, N. M., Suasana, I. G. A. K. G., Prayoga, I., Mulyandi, M. R. R., Noviandi, A., Yulindasari, E. R., & Fikriyah, K. (2019). theImpact of Electronic Word of Mouth on Shopee ' S Purchasing. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(1), 25–29.

- Bastian, Danny Alexander.2014. "Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia". Jurnal Manajemen Pemasaran Petra. Vol. 2, No. 1, (2014) 1-9.
- Chardika Respatya Hendro, Wahyu Hidayat. 2018.Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Handphone Merek Iphone Kota Semarang, DIPONEGORO JOURNAL OF SOCIAL AND POLITIC, Hal 1-8
- Clow, Kenneth E. & Donald Baack. 2018. Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communication (18th Edition). United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Creswell, J. W. (2019). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches(4th ed.). SAGE Publications.
- Darmasari, R., & Wijayanto, G. (2014). Pengaruh Brand Equity Dalam Membentuk Lifestyle Dan Customer Value Pada Pengguna Merek Smartphone Di Kota. Jurnal Tepak Manajemen Bisnis, VI(2), 86–98.
- Elsa Rizki Yulindasari, K. F. (2022). Journal of Islamic Economics and Finance Studies-Pengaruh e-WoM (Electronic Word of Mouth) terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal di Shopee. 3(1), 55–69.  
[https://ejournal.upnvj.ac.id/JIEFeS/article/view/4293%0Ahttps://scholar.google.com/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&q=Pengaruh+e-WoM+%28Electronic+Word+of+Mouth%29+terhadap+Keputusan+Pembelian+Kosmetik+Halal+di+Shopee&btnG=](https://ejournal.upnvj.ac.id/JIEFeS/article/view/4293%0Ahttps://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Pengaruh+e-WoM+%28Electronic+Word+of+Mouth%29+terhadap+Keputusan+Pembelian+Kosmetik+Halal+di+Shopee&btnG=)
- Fera, F., & Pramuditha, C. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Di Kota Palembang. Publikasi Riset Mahasiswa
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23(Edisi 8). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Lawra Ameliyyah1, Cen Lu2Program Studi Sarjana ManajemenFakultas Hukum danBisnis Digital Universitas Kristen MaranathaBandung1,2\*Email Korespodensi: lawraameliyyah06@gmail.com]
- Nicholas rawong,verrell valencio, fabio bestra Universitas Katolik Musi Charitas
- Yopan Hidayat1sekolah Tinggi Ilmu EkonomiAMM: yopanhidayat1996@gmail.com.