

ANALISIS PERBEDAAN MINAT PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG GALAXY S6 EDGE+ DAN BLACKBERRY PRIV (DITINJAU DARI KUALITAS PRODUK)

ANGGA PRADITYO WIBOWO

MONIKA TIARAWATI

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya,

Kampus Ketintang, Surabaya 60231

Email: angga.ksr@gmail.com

Abstract: *The aim of this study was to examine is there a difference in Smartphone Samsung Galaxy S6 Edge+ and Blackberry Priv purchase interests that reviewed by product quality. This research is causal. This research use parametric method, there are two group of respondents, respondents that fill Samsung Galaxy S6 Edge+'s questionnaire and respondents that fill Blackberry Priv's questionnaire. Sample taken from 100 peoples that fill Samsung Galaxy S6 Edge+ questionnaire dan 100 peoples that fill Blackberry Priv questionnaire by using purposive sampling on hanphone and tablet discussion forum inside Kaskus. The instrument used a questionnare that was analyzed by using independent sample t test. The result show that there are not significant differences in purchase interests reviewed by product quality between Samsung Galaxy S6 Edge+ and Blackberry Priv on hanphone and tablet discussion forum inside Kaskus.*

Keywords: *Purchase Interests, Product Quality.*

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan zaman dan kemajuan teknologi informasi yang semakin berkembang pesat. Mendorong para pelaku pasar untuk berlomba-lomba menciptakan gagasan dan inovasi baru dalam memenuhi kebutuhan pasar. Perkembangan produk-produk teknologi dan elektronik yang sangat dinamis, membuat para pelaku pasar bekerja lebih keras untuk memenangkan kompetisi yang sangat ketat ini. Hal ini didukung dengan berunculannya iklan produk-produk tersebut di media televisi, radio, koran, majalah ataupun internet, yang seolah tidak pernah berhenti.

Perkembangan dan kemajuan teknologi yang semakin mengglobal membawa dampak pada dunia usaha. Adanya perkembangan dan kemajuan

teknologi, dunia usaha dituntut untuk selalu dapat bersaing dalam hal peningkatan mutu produk barang dan jasa. Salah satu kemajuan teknologi tersebut adalah dibidang komunikasi yang ditandai dengan adanya berbagai alat komunikasi yang diciptakan untuk memudahkan sistem komunikasi bagi masyarakat.

Meningkatnya kebutuhan masyarakat akan sarana komunikasi menjadikan alat komunikasi sebagai sesuatu yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari. Tuntutan akan kebutuhan informasi yang sangat cepat dan mudah membuat para produsen yang bergerak dalam bidang komunikasi melakukan inovasi baru dengan menciptakan alat komunikasi yang praktis, salah satunya yaitu menciptakan telepon seluler (ponsel) atau yang lebih dengan dengan istilah *handphone*. Telepon seluler atau *handphone* ini sudah menjadi bagian

dari gaya hidup masyarakat dimana kepemilikannya tidak hanya didasarkan pada fungsi utama *handphone* sebagai alat komunikasi, tetapi fitur tambahan serta kualitas produk juga menjadi dasar pertimbangan dalam memutuskan memilih produk. Sebagian kelompok masyarakat Indonesia menganggap bahwa *handphone* yang dimiliki menunjukkan status pemilikinya, *handphone* yang baru dan yang mahal menunjukkan status ekonomi yang mapan dan trendi.

Saat ini perkembangan teknologi *handphone* semakin hari semakin pesat, baik kehandalan, fasilitas serta fitur-fiturnya terus ditingkatkan untuk memanjakan pemilikinya. Sebagai sebuah produk teknologi maka setiap produsen *handphone* tidak akan pernah berhenti untuk terus meningkatkan kemampuannya, karena berhenti berinovasi berarti mati dan pasar akan direbut oleh produsen merek lain.

Di sisi perkembangan bisnisnya, *handphone* akhir-akhir ini telah menunjukkan suatu gejala, yaitu semakin banyak dan beragamnya produk *handphone* yang ditawarkan oleh perusahaan dan pengembangan produk *handphone* yang semakin cepat. Pengembangan produk *handphone* yang semakin cepat tersebut terletak pada bentuk, ukuran dan fasilitasnya. Semakin lama bentuk *handphone* semakin menarik, dan fasilitas kegunaannya semakin lengkap.

Saat ini banyak merek *handphone* yang telah beredar di Indonesia, misalnya: Nokia, Samsung, Sony, Apple, LG, Motorola, Blackberry, dan lain-lain. Maka setiap merek meluncurkan banyak model atau seri yang bervariasi. Strategi pengembangan

produk tersebut merupakan tujuan pemasar.

Berdasarkan pengembangan yang kian melaju cepat, *handphone* yang memiliki fitur yang baik dan fasilitasnya lengkap kini disebut dengan istilah *smartphone* (ponsel pintar). Kebutuhan konsumen akan *smartphone* kini semakin berkembang. Tidak hanya sekedar *smartphone* biasa, konsumen saat ini semakin membutuhkan *smartphone* yang dapat menginspirasi dengan berbagai fitur canggih dan fungsional. Dalam memilih produk yang diinginkan, para konsumen mempertimbangkan beberapa faktor seperti kualitas dan harga.

Kualitas produk menjadi salah satu elemen penting dari kesuksesan menarik minat konsumen. Kotler dan Armstrong, (2008:272) menyatakan Kualitas produk adalah karakteristik produk yang tergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan. (Tjiptono & Chandra, 2012:74) menyatakan Kualitas produk mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat (*benefit*) bagi pelanggan. Shahrudin, dkk (2011) dalam penelitiannya mengatakan bahwa Kualitas produk seringkali menjadi acuan utama dalam membangun strategi pemasaran dan ikut menentukan minat pembelian serta kepuasan pelanggan.

Minat beli merupakan proses sebelum menentukan keputusan pembelian. Belch dan Belch (2004 : 120) menyatakan minat beli sebagai suatu kecenderungan konsumen akan membeli sebuah produk tertentu. Minat konsumen untuk membeli dipengaruhi dari sikap konsumen terhadap iklan dan merek. Sedangkan Kinneer dan Taylor (1995: 306), menyatakan minat beli adalah tahap kecenderungan responden untuk

bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. Suatu produk dikatakan telah dikonsumsi oleh konsumen apabila produk tersebut telah diputuskan oleh konsumen untuk dibeli. Keputusan untuk membeli dipengaruhi oleh nilai produk yang dievaluasi. Bila manfaat yang dirasakan lebih besar dibanding pengorbanan untuk mendapatkannya, maka dorongan untuk membelinya semakin tinggi. Sebaliknya bila manfaatnya lebih kecil dibanding pengorbanannya maka biasanya pembeli akan menolak untuk membeli dan umumnya beralih mengevaluasi produk lain yang sejenis. Untuk menarik minat beli konsumen, perusahaan menggunakan cara untuk mengkomunikasikan produknya ke para konsumen.

Baru-baru ini IDC telah mengumumkan hasil penelitian penjualan *smartphone* pada kuartal 1 tahun 2015 ini. Berikut peringkat penjualan *smartphone* di dunia pada kuartal 1 tahun 2015 :

Tabel 1 IDC: Penjualan *smartphone* secara global pada kuartal 1 tahun 2012-2015 (dalam bentuk persen)

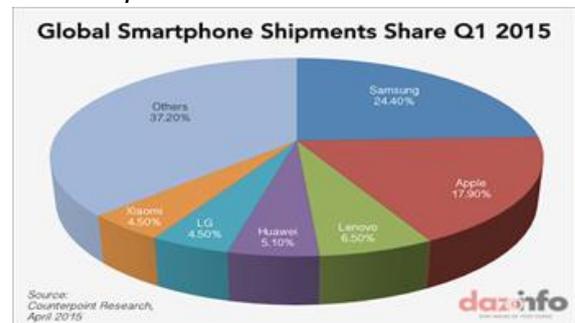
Period	Android	iOS	Windows Phone	BlackBerry OS	Others
Q1 2015	78.0%	18.3%	2.7%	0.3%	0.7%
Q1 2014	81.2%	15.2%	2.5%	0.5%	0.7%
Q1 2013	75.5%	16.9%	3.2%	2.9%	1.5%
Q1 2012	59.2%	22.9%	2.0%	6.3%	9.5%

Source: IDC, May 2015

Berdasarkan tabel diatas, *Android* menunjukkan angka pesentase penjualan *smartphone* yaitu 78%. Ini merupakan suatu prestasi bagi *Operating System Android*, dimana *Operating System* ini mampu menguasai pasar sampai tahun 2015. Diikuti oleh *Operating System iOS* milik Apple. *Operating System iOS* menunjukkan angka 18.3%. Perbandingan angka ini cukup

terbilang jauh dari *Operating System Android*.

Gambar 1 Data Penjualan *Smartphone* secara Global tahun



2015 ditinjau dari segi merek

Sumber : <http://cdn2.dazeinfo.com/>

Berdasarkan data gambar penjualan *smartphone* secara global ditinjau dari segi merek pada tahun 2015, dapat dilihat posisi pertama untuk penguasa pasar *smartphone* dimenangkan oleh merek Samsung dengan angka penjualan 24,40% , diposisi kedua dimenangkan oleh merek Apple dengan angka penjualan 17,90%, posisi ketiga dimenangkan oleh merek Lenovo dengan angka penjualan 6,50%, lalu diikuti dengan merek Huawei dengan angka penjualan 5,10%, merek LG dengan angka penjualan 4,50%, merek Xiaomi dengan angka penjualan 4,50%. Data gambar diatas menunjukkan merek *Others* dengan angka 37,20%. *Others* merupakan akumulasi merek *smartphone* yang penjualannya dibawah 1% dari pasar *Global Smartphone*. Penjualan Blackberry ditunjukkan pada kategori *Others*, dimana penjualan tersebut dibawah 1% tepatnya 0,3% di pasar *global smartphone*.

Maraknya informasi bahwa Blackberry sudah tidak diminati dan tidak laku di Indonesia. Menurut Kotler

dan Keller (2009:303) siklus hidup produk dibagi menjadi 4 tahap, yaitu : pengenalan, pertumbuhan, kedewasaan, dan penurunan. Kondisi penjualan yang dialami oleh Blackberry di tahun 2011 hingga tahun 2014 mengalami kecenderungan menurun. Namun, berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia, arti dari "tidak laku" ialah tidak ada yang terjual sama sekali (www.kbbi.web.id/laku). Dapat disimpulkan argumen-argumen mengenai tidak lakunya *smartphone* Blackberry dapat dibantah dengan adanya *claim* penjualan dari pihak Blackberry.

Setelah cukup sukses dengan produknya yaitu Samsung Galaxy S6 Edge, di bulan September 2015 Samsung mengeluarkan produk barunya yaitu Samsung Galaxy S6 Edge+. Produk ini memiliki atribut produk yang mewah layaknya *Smartphone* kelas *premium*. Harganya pun tidak tergolong murah, produk *smartphone* ini memiliki harga yang tergolong mahal, yaitu Rp. 10.900.000 untuk seri yang 32 GB

Blackberry tak ingin kalah oleh Samsung dan pesaing lainnya, Blackberry di bulan November 2015 juga andil meluncurkan produk-produk andalannya, Blackberry Priv, produk ini seperti biasa mengusung spesifikasi yang mewah, elegan dan harga dengan mengarah segmen premium yaitu Rp.10.700.000,- untuk seri yang memiliki penyimpanan *internal* 32GB.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak Kaskus yang ahli dibidang *smartphone* pada bulan Oktober 2015, mereka menyatakan kedua produk tersebut memiliki kecenderungan sama dalam hal layar yang lebih besar, kemampuan merekam *video* 4K, Ketahanan Baterai yang lama, harga yang cukup bersaing, layanan yang diberikan

perusahaan. Samsung Galaxy S6 Edge+ dan Blackberry Priv termasuk dalam produk kelas *premium*.

Samsung dan Blackberry menggunakan salah satu metode promosi yaitu mengkomunikasikan kepada komunitas maya, komunitas maya yang dituju seperti, forum *Kaskus*, *JerukNipis.com*, *SobatHape*, *AndroidCentral*, *Android Authority*. Forum diskusi Kaskus khusus *Handphone* dan *Tablet* merupakan sub forum dari Kaskus untuk bertukar informasi mengenai *gadget* yang sudah beredar di Indonesia bahkan dunia, di dalam *Handphone* dan *Tablet Corner* terdapat *Android Corner* dan *Blackberry Corner* dimana sub forum tersebut dikhususkan untuk bertukar informasi mengenai *smartphone* khusus Android dan Blackberry, termasuk Samsung Galaxy S6 Edge+ dan Blackberry Priv.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh Peneliti dengan salah satu senior *member* forum tersebut pada bulan Oktober 2015 menyatakan tinggi sekali antusiasme bertukar informasi di dalam *Android corner* dan *Blackberry Corner* dengan adanya bukti banyaknya balasan yang masuk ke dalam forum tersebut, khususnya Samsung Galaxy S6 Edge+ dan Blackberry Priv. Sesuai dengan kepanjangan dari Kaskus yaitu "Kasak-Kusuk", orang-orang yang berada di forum ini dapat bertukar informasi mengenai *Smartphone* dengan catatan mereka belum tentu sudah membeli *smartphone* yang dimaksud. Mengetahui tingkat antusiasme yang cukup tinggi dalam bertukar informasi mengenai Samsung Galaxy S6 Edge+ dan Blackberry Priv di Indonesia dapat disimpulkan fenomena kenaikan penjualan Samsung dan penurunan penjualan Blackberry pada tahun 2015.

KAJIAN PUSTAKA

Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Armstrong, (2008:272) Kualitas produk adalah karakteristik produk yang tergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan. Menurut Garvin dalam Tjiptono & Chandra (2012:75) kualitas memiliki beberapa dimensi pokok, tergantung pada konteksnya. Dalam pemasaran barang ada delapan dimensi utama yang biasanya digunakan, yaitu:

1. Kinerja (*Performance*)
Merupakan aspek fungsional dari produk dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan ketika konsumen ingin membeli produk. Item yang digunakan: karakteristik operasional produk.
2. Fitur (*Feature*)
Merupakan aspek performansi yang berguna untuk menambah fungsi dasar, berkaitan dengan pilihan produk dan pengembangannya.
3. Kesesuaian (*Comformance*)
Kesesuaian merupakan sejauh mana desain produk dan kualitasnya sesuai standar.
4. Keandalan (*Reliability*)
Berkaitan dengan kemungkinan suatu produk berfungsi secara berhasil dalam periode waktu tertentu di bawah kondisi tertentu. Produk beroperasi dengan baik.
5. Daya Tahan (*Durability*)
Merupakan refleksi umur ekonomis berupa ukuran daya tahan atau masa pakai suatu produk. Masa pakai yang lama
6. Layanan (*Serviceability*)
Layanan adalah mengenai kemudahan servis atau perbaikan ketika dibutuhkan. Karakteristik yang berkaitan dengan kecepatan, kompetensi, kemudahan, dan akurasi dalam memberikan layanan untuk perbaikan barang.

7. Keindahan (*Aesthetics*)

Merupakan karakteristik yang bersifat subyektif mengenai nilai-nilai estetika yang berkaitan dengan pertimbangan pribadi dan refleksi dari preferensi individual. Desain produk yang menarik.

8. *Perceived Quality*

Persepsi pelanggan mengenai kualitas produk berdasarkan reputasi perusahaannya.

Berdasarkan penelitian Alfred Owusu (2013), indikator dari kualitas produk adalah kinerja, fitur, kesesuaian, kehandalan, daya tahan, layanan perbaikan, estetika, *perceived quality*.

Minat Beli

Menurut Belch dan Belch (2004 : 120) "minat beli sebagai suatu kecenderungan konsumen akan membeli sebuah produk tertentu. Minat konsumen untuk membeli dipengaruhi dari sikap konsumen terhadap iklan dan merek.". Menurut Shiffman dan Kanuk (2007;228) "minat beli adalah sesuatu model sikap terhadap objek barang yang sangat cocok dalam mengukur sikap terhadap golongan produk, jasa, atau merek tertentu." Menurut Kinnear dan Taylor (1995: 306), "minat beli adalah tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan."

Menurut Ferdinand (2002:129), minat beli dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut :

- a) Minat transaksional , adalah suatu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
- b) Minat refrensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
- c) Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki prefrensi utama pada produk tersebut.

Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.

- d) Minat eksploratif, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

Hipotesis

Berdasarkan fenomena dan teori yang dikemukakan, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- H1 : Ada perbedaan minat pembelian Smartphone Samsung Galaxy S6 Edge+ dan Blackberry Priv pada forum diskusi Kaskus khusus Handphone dan Tablet (Ditinjau dari Kualitas Produk)

METODE

Desain penelitian harus ditetapkan terlebih dahulu sebelum penelitian dilakukan. Pada penelitian ini menggunakan rancangan penelitian konklusif. Riset ini didasarkan atas sampel besar yang representatif, dan data yang dihasilkan dianalisis secara kuantitatif.

Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang untuk angket Samsung Galaxy S6 Edge+ dan 100 orang untuk Blackberry Priv, yaitu anggota forum diskusi Kaskus khusus *handphone* dan *tablet*. Dalam penelitian ini akan digunakan metode sampel *purposive*, yang artinya semua anggota diasumsikan sudah memiliki sedikit pengetahuan akan produk Samsung Galaxy S6 Edge+ dan Blackberry Priv.

Pada penelitian ini terdapat satu variabel. Variabel yang dimaksud yaitu Minat Beli yang ditinjau dari kualitas produk sebagai variabel independen (X1). Kualitas produk merupakan sesuatu yang penting untuk diperhatikan. Blackberry yang pernah menjadi pemimpin pasar ponsel pintar di Indonesia saat ini berusaha merebut kembali dengan

menciptakan ponsel pintar dengan kualitas yang lebih baik dari seri sebelumnya yaitu Blackberry Priv dan mampu bersaing dengan pesaing yang menjadi pemimpin pasar ponsel pintar saat ini yaitu Samsung dengan produk andalannya yaitu Samsung Galaxy S6 Edge+.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yang pertama adalah angket. Penyebaran angket kepada responden digunakan untuk mendapatkan data primer. Peneliti menyebarkan angket kepada 100 responden angket Samsung Galaxy S6 Edge+ dan 100 responden angket Blackberry Priv untuk mengetahui dan memahami respon dari pernyataan – pernyataan yang sudah disediakan. Dimana penyebaran angket ini dilakukan di forum diskusi Kaskus khusus *handphone* dan *tablet*. Kemudian teknik pengumpulan data yang kedua adalah wawancara. wawancara dilakukan dengan mengumpulkan data yang mendukung dalam penyelesaian penelitian ini dengan cara mewawancarai salah satu pihak senior Kaskus yang ahli di bidang ponsel pintar dengan menggunakan wawancara melalui aplikasi pesan singkat ponsel. Wawancara tersebut dilakukan guna mengetahui fenomena kedua produk tersebut di Kaskus saat ini, dan juga untuk mengetahui respon anggota Kaskus mengenai kedua produk tersebut

Teknik analisis data yang pertama adalah uji validitas. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner. Kemudian dilanjutkan dengan uji reliabilitas untuk menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran dengan alat tersebut dapat dipercaya. Setelah lolos kedua uji diatas, maka data dapat dilanjutkan untuk diolah menggunakan teknik analisis uji beda *independent t test* dengan bantuan aplikasi statistik SPSS versi 23.

HASIL

Hasil uji beda penelitian ini dapat dilihat dari tabel 2 dibawah ini :

Tabel 2 Hasil Uji Beda

No	Variabel	t hitung	Sig. (2tailed)	A	Ket.
1	Kualitas Produk	0,556	0,579	0,05	Tidak Ada Perbedaan

Sumber : Diolah Peneliti (2015)

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan signifikan minat pembelian smartphone Samsung Galaxy S6 Edge+ dan Blackberry Priv ditinjau dari kualitas produk di forum diskusi Kaskus khusus handphone dan tablet. Ditunjukkan dengan nilai sig (2-tailed) $0,579 > 0,05$ sehingga H_0 diterima, dan setelah dibandingkan, t hitung dengan t tabel yaitu $0,556 < 1,65$. Nilai t hitung lebih kecil daripada t tabel, sehingga didapat kesimpulan bahwa H_0 diterima, yang berarti bahwa rata-rata mean variabel minat beli smartphone Samsung Galaxy S6 Edge+ dan Blackberry Priv ditinjau dari kualitas produk di forum diskusi Kaskus khusus handphone dan tablet adalah sama.

PEMBAHASAN

Berdasarkan data hasil penelitian maka dapat dilakukan pembahasan guna menjawab rumusan masalah sebagai berikut:

- 1) Perbedaan minat beli pada Samsung Galaxy S6 Edge+ dan Blackberry Priv ditinjau dari Kualitas Produk di forum diskusi Kaskus khusus handphone dan tablet.

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 4.9 dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan minat beli smartphone Samsung Galaxy S6

Edge+ dan Blackberry Priv ditinjau dari kualitas produk di forum diskusi Kaskus khusus handphone dan tablet. Hal ini dibuktikan dengan hasil nilai sig $0,579 < 0,05$. Dan setelah dibandingkan dengan t tabel yaitu $0,556 < 1,65$. t hitung lebih kecil daripada t tabel, sehingga terima H_0 .

Minat beli sebagai suatu kecenderungan konsumen akan membeli sebuah produk tertentu. Minat konsumen untuk membeli dipengaruhi dari sikap konsumen terhadap iklan dan merek (Belch dan Belch,2004 : 120). Ketika responden mendapatkan informasi mengenai produk, informasi tersebut akan diolah dalam pikiran kemudian akan timbul peralihan sikap yaitu timbulnya keinginan disertai daya beli untuk membeli produk tersebut.

Penelitian ini menggunakan dasar pengukuran variabel kualitas produk yang digunakan juga oleh penelitian alfred (2013) yaitu kinerja, fitur, kesesuaian, kehandalan, daya tahan, layanan perbaikan , estetika, *perceived quality*. Dimana elemen-elemen tersebut terdapat pada kedua produk tersebut yaitu Samsung Galaxy S6 Edge+ dan Blackberry Priv.

Penelitian ini memiliki persamaan hasil uji perbedaan dengan penelitian terdahulu, yaitu penelitian dari Barus (2008) yang menyatakan tidak ada perbedaan signifikan antara minat pembelian konsumen untuk membeli buah setiap hari di Carrefour, Plaza Medan Fair dan Supermarket Brastagi, Medan. Penelitian ini juga memiliki persamaan dengan penelitian dari Čonková (2013) yang menyatakan tidak ada perbedaan yang signifikan antara E-Learning dan Edukasi di dalam Kelas.

Pada penelitian terdahulu juga terdapat hasil uji perbedaan yang berbeda dengan penelitian ini, penelitian terdahulu yang dimaksud

ialah penelitian dari Albari dan Liriswati (2004) yang menyatakan Terdapat perbedaan nilai yang diberikan konsumen kepada sabun Lux, Biore, Lifebuoy dengan nilai yang didapatkan Sabun Lux Lebih tinggi dibandingkan sabun Biore dan Lifebuoy.

Perusahaan Samsung dan Blackberry menggunakan salah satu metode komunikasi pemasaran yang tepat yaitu membidik suatu forum diskusi *online*. Ketika perusahaan Samsung dan Blackberry mengeluarkan produk barunya, perusahaan sudah melakukan komunikasi dengan pihak forum diskusi *online* perihal pengenalan produk baru, calon konsumen dapat melakukan diskusi mengenai produk baru tersebut, dengan adanya diskusi calon konsumen dapat menggali informasi lebih banyak mengenai produk baru yang diluncurkan perusahaan, khususnya untuk Samsung Galaxy S6 Edge+ dan Blackberry Priv.

Forum diskusi Kaskus khusus *handphone* dan *tablet* merupakan salah satu forum diskusi *online* mengenai *smartphone* dan *tablet* yang terbesar di Indonesia, sebelum produk Samsung Galaxy S6 Edge+ dan Blackberry Priv diluncurkan oleh kedua belah pihak perusahaan, tempat khusus diskusi mengenai kedua produk tersebut sudah dibuka dan intensitas berdiskusi para *member* Kaskus yang berdiskusi di sub-forum *handphone* dan *tablet* cukup tinggi, pernyataan tersebut didasarkan observasi awal peneliti dengan cara wawancara dengan salah satu *member* senior yang aktif di sub-forum Kaskus khusus *handphone* dan *tablet* pada bulan Oktober 2015.

Berdasarkan hasil rekapitulasi karakteristik responden kedua produk tersebut dapat dijelaskan bahwa untuk karakteristik responden angket

Samsung Galaxy S6 Edge+ dengan jumlah 100 responden, dari segi *gender* jumlah terbanyak yang mengisi ialah laki-laki dengan jumlah 62 orang, dan terendah adalah perempuan dengan jumlah 38 orang. Dari segi umur, jumlah terbanyak yang mengisi angket ialah dari umur 19-24 tahun dengan jumlah 72 responden dan terendah ialah umur lebih dari 36 tahun dengan jumlah 2 orang saja. Dari segi penghasilan atau uang saku perbulannya, terdapat jumlah terbanyak yang memiliki penghasilan atau uang saku per bulannya lebih dari Rp.3.000.000 dengan jumlah 50 orang, sedangkan yang terendah ialah responden yang memiliki penghasilan atau uang saku per bulan dibawah Rp.1.000.000 dengan jumlah 21 responden. Dari segi Intensitas berdiskusi di forum *smartphone* setiap harinya terdapat jumlah terbanyak diskusi antara 1-3 kali sehari di forum diskusi *smartphone* dengan jumlah 40 responden, sedangkan yang terendah ialah diskusi antara 7-9 kali dengan jumlah 4 responden.

Hasil rekapitulasi karakteristik responden angket Blackberry Priv dengan jumlah 100 responden, dapat di jelaskan dari segi *gender* jumlah terbanyak yang mengisi ialah laki-laki dengan jumlah 72 orang, dan terendah adalah perempuan dengan jumlah 28 orang. Dari segi umur, jumlah terbanyak yang mengisi angket ialah dari umur 19-24 tahun dengan jumlah 74 responden dan terendah ialah umur lebih dari 36 tahun dengan jumlah 1 orang saja. Dari segi penghasilan atau uang saku perbulannya, terdapat jumlah terbanyak yang memiliki penghasilan atau uang saku per bulannya lebih dari Rp.3.000.000 dengan jumlah 53 orang, sedangkan yang terendah ialah responden yang memiliki penghasilan atau uang saku per bulan dibawah Rp.1.000.000 dengan jumlah 19 responden. Dari segi Intensitas berdiskusi di forum *smartphone* setiap

harinya terdapat jumlah terbanyak diskusi antara 1-3 kali sehari di forum diskusi *smartphone* dengan jumlah 42 responden, sedangkan yang terendah ialah diskusi antara 7-9 kali dengan jumlah 5 responden.

Berdasarkan hasil olah data frekuensi jawaban angket Samsung Galaxy S6 Edge+ dapat dijelaskan bahwa untuk indikator Kinerja, responden lebih menyukai kinerja OS-nya secara menyeluruh dengan nilai rata-rata 3,15 dibandingkan kinerja yang hanya cenderung tanpa *lag* dengan nilai rata-rata 3,00. Dari segi fitur, dapat dilihat dari tabel 4.4 bahwa nilai rata-rata tertinggi yaitu pada fitur *fast charging* yang dimiliki Samsung Galaxy S6 Edge+ dengan nilai rata-rata 3,27, fitur ini sangat dibutuhkan oleh para pengguna *smartphone* karena dapat membantu produktivitas sehari-hari. Sedangkan yang terendah ialah fitur *curved edge screen* dengan nilai rata-rata 3,07 dikarenakan layar seperti ini membutuhkan waktu untuk adaptasi. Dari segi kesesuaian, responden lebih menyukai desain yang sesuai ekspektasi dengan nilai rata-rata 3,14, karena desain merupakan bentuk prestis pengguna *smartphone*. Untuk yang terendah yaitu kinerja yang sesuai dengan ekspektasi dengan nilai rata-rata 3,04. Dari segi kehandalan, responden menyukai kedua kehandalan Samsung Galaxy S6 Edge+ *processor* yang dapat dipercaya dan kamera yang dapat merekam video 4K dengan nilai rata-rata sama yaitu 3,11. Dari Segi daya tahan, responden lebih menyukai daya tahan dari layar Samsung Galaxy S6 Edge+ yang dilapisi *Corning Gorilla Glass 4* yang tahan akan bantingan dengan nilai rata-rata 3,21, sedangkan untuk yang terendah ialah daya tahan baterai Samsung Galaxy S6 Edge+ yang memiliki umur lama dengan nilai rata-rata 2,89. Dari segi layanan perbaikan, responden lebih menyukai kemudahan untuk perbaikan Samsung Galaxy S6 Edge+ dengan nilai rata-

rata 2,89, hal ini merupakan salah satu aspek penting bila terjadi suatu kerusakan. Sedangkan untuk nilai terendah terdapat pada kemudahan untuk mendapatkan *sparepart* dengan nilai 2,85. Dari segi keindahan, nilai rata-rata tertinggi responden berada pada keindahan layar *curved edge screen* dengan nilai rata-rata 3,26, bentuk layar yang unik ini yang menjadi daya tarik keindahannya. Sedangkan untuk yang terendah ialah ketajaman warna yang memberikan kesan keindahan dengan nilai rata-rata 3,20. *Perceived Quality* Samsung Galaxy S6 Edge+ memiliki nilai rata-rata 3,21.

Berdasarkan hasil olah data frekuensi jawaban angket Blackberry Priv dapat dijelaskan bahwa untuk indikator Kinerja, responden lebih menyukai kinerja OS-nya secara menyeluruh dengan nilai rata-rata 3,08 dibandingkan kinerja yang hanya cenderung tanpa *lag* dengan nilai rata-rata 2,96. Dari segi fitur, dapat dilihat dari tabel 4.5 bahwa nilai rata-rata tertinggi yaitu pada fitur *fast charging* yang dimiliki Blackberry Priv dengan nilai rata-rata 3,25, fitur ini sangat dibutuhkan oleh para pengguna *smartphone* karena dapat membantu produktivitas sehari-hari. Sedangkan yang terendah ialah fitur dapat memperbarui OS menjadi OS *Marshmallow* atau *Android 6.0* dengan nilai rata-rata 3,00 dikarenakan belum meratanya pembaruan sistem dari *Google* melalui *Online*. Dari segi kesesuaian, responden lebih menyukai desain yang sesuai ekspektasi dengan nilai rata-rata 3,18, karena desain merupakan bentuk prestis pengguna *smartphone*. Untuk yang terendah yaitu kinerja yang sesuai dengan ekspektasi dengan nilai rata-rata 3,01. Dari segi kehandalan, responden lebih menyukai kehandalan prosesor Blackberry Priv yang dapat dipercaya dengan nilai rata-rata 3,10. sedangkan kamera yang dapat merekam video 4K dengan nilai rata-rata yaitu 3,06. Dari

Segi daya tahan, responden lebih menyukai daya tahan dari layar Blackberry Priv yang dilapisi *Corning Gorilla Glass 4* yang tahan akan bantingan dengan nilai rata-rata 3,13, sedangkan untuk yang terendah ialah daya tahan baterai Blackberry Priv yang memiliki umur lama dengan nilai rata-rata 2,92. Dari segi layanan perbaikan, responden lebih menyukai kemudahan untuk mendapatkan *sparepart* dengan nilai rata-rata 2,93, hal ini merupakan salah satu aspek penting bila terjadi suatu kerusakan. Sedangkan untuk nilai terendah terdapat pada kemudahan untuk memperbaiki dengan nilai 2,92. Dari segi keindahan, nilai rata-rata tertinggi responden berada pada keindahan layar *curved edge screen* dengan nilai rata-rata 3,21, bentuk layar yang unik ini yang menjadi daya tarik keindahannya. Sedangkan untuk yang terendah ialah ketajaman warna yang memberikan kesan keindahan dengan nilai rata-rata 3,14. *Perceived Quality* Blackberry Priv memiliki nilai rata-rata 3,17.

Berdasarkan hasil uji perbedaan yang memiliki hasil yang cenderung tidak ada perbedaan yang signifikan. Namun, dapat dibandingkan dengan melihat tabel 2 yang mengenai perbandingan nilai rata-rata jawaban responden per indikator, hal tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Kinerja

Kinerja dari Samsung Galaxy S6 Edge+ dan Blackberry Priv sangat baik, kinerjanya cepat, *multitaskingnya* tanpa *lag*. Samsung Galaxy S6 Edge+ memiliki nilai rata-rata 3,07. Nilai rata-rata indikator kinerja Samsung Galaxy S6 Edge+ lebih tinggi dibandingkan Blackberry Priv dengan nilai rata-rata 3,02. Untuk segi kinerja secara keseluruhan responden lebih cenderung ke Samsung Galaxy S6 Edge+, boleh jadi dikarenakan Samsung Galaxy S6 Edge+ terlebih

dahulu diluncurkan sebelum Blackberry Priv.

b. Fitur

Fitur dari Samsung Galaxy S6 Edge+ dan Blackberry Priv sangat baik, memiliki kecenderungan kesamaan, keduanya dapat merekam video 4K, fitur ini sangat diperlukan karena resolusi yang sangat tinggi dapat mengabadikan video seperti kenyataan, fitur *fast charging* yang dicari konsumen, *men-charging* dengan cepat dan juga dapat mengisi baterai tanpa kabel. Samsung Galaxy S6 Edge+ memiliki nilai rata-rata 3,16. Nilai rata-rata indikator fitur Samsung Galaxy S6 Edge+ lebih tinggi dibandingkan Blackberry Priv dengan nilai rata-rata 3,12. Responden lebih cenderung ke Samsung Galaxy S6 Edge+.

c. Kesesuaian

Kesesuaian Kedua produk tersebut faktanya memiliki kecenderungan sama juga, mulai dari fitur, kinerja dan desainnya sesuai dengan ekspektasi, ini merupakan hal penting yang menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli. Samsung Galaxy S6 Edge+ memiliki nilai rata-rata 3,09. Nilai rata-rata indikator kesesuaian Samsung Galaxy S6 Edge+ memiliki jumlah yang sama dengan Blackberry Priv dengan nilai rata-rata 3,09.

d. Keandalan

Kedua produk tersebut cukup handal, memiliki *processor* dan kamera yang handal. Samsung Galaxy S6 Edge+ memiliki nilai rata-rata 3,11. Nilai rata-rata indikator keandalan Samsung Galaxy S6 Edge+ lebih tinggi dibandingkan Blackberry Priv dengan nilai rata-rata 3,08. Responden lebih mempreferensikan Samsung Galaxy S6 Edge+.

e. Daya tahan

Daya tahan baterai dan layar *Corning Gorilla Glass 4* sangat baik, baterai bisa bertahan hampir 24 jam, layar yang tahan banting juga sangat diperlukan konsumen untuk mobilitas yang tinggi. Samsung Galaxy S6 Edge+ memiliki nilai rata-rata 3,06. Nilai rata-rata indikator daya tahan Samsung Galaxy S6 Edge+ lebih tinggi dibandingkan Blackberry Priv dengan nilai rata-rata 3,01. Responden lebih cenderung memilih Samsung Galaxy S6 Edge+.

f. Layanan perbaikan

Ini merupakan hal penting, kedua perusahaan tersebut telah didukung oleh Perusahaan yang kuat, sehingga ketika konsumen ada keluhan untuk perbaikan, mereka dapat dengan mudah mengurusnya. Samsung Galaxy S6 Edge+ memiliki nilai rata-rata 2,87. Nilai rata-rata indikator layanan perbaikan Samsung Galaxy S6 Edge+ lebih rendah dibandingkan Blackberry Priv dengan nilai rata-rata 2,92. Responden lebih cenderung memilih Blackberry Priv.

g. Keindahan

Kedua produk tersebut memiliki nilai keindahan yang elegan, kesan mewah sangat cocok sekali bagi konsumen yang menyukai produk yang premium. Samsung Galaxy S6 Edge+ memiliki nilai rata-rata 3,23. Nilai rata-rata indikator keindahan Samsung Galaxy S6 Edge+ lebih tinggi dibandingkan Blackberry Priv dengan nilai rata-rata 3,17. Responden lebih cenderung ke Samsung Galaxy S6 Edge+.

h. Perceived quality

Kedua produk tersebut adalah produk yang dihasilkan oleh dua perusahaan yang mahir di dunia *smartphone* yaitu Samsung dan

Blackberry, tidaklah heran, konsumen tidak ragu-ragu dengan kualitas produk dari Samsung Galaxy S6 Edge+ dan Blackberry Priv. Samsung Galaxy S6 Edge+ memiliki nilai rata-rata 3,21. Nilai rata-rata indikator *perceived quality* Samsung Galaxy S6 Edge+ lebih tinggi dibandingkan Blackberry Priv dengan nilai rata-rata 3,17. Responden lebih cenderung ke Samsung Galaxy S6 Edge+.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, Samsung Galaxy S6 Edge+ dan Blackberry Priv tidak ada perbedaan minat beli yang signifikan ditinjau dari kualitas produk. Mengingat penjualan Blackberry yang cenderung menurun, Blackberry Priv dapat menjadi produk andalan yang dapat bersaing di pasar khususnya bersaing dengan produk dari perusahaan Samsung yaitu Samsung Galaxy S6 Edge+.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dari hasil analisis data pada penelitian ini dengan menggunakan program IBM SPSS *Statistics* 23, dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan dari minat beli pada Samsung Galaxy S6 Edge+ dan Blackberry Priv ditinjau dari Kualitas Produk di forum diskusi Kaskus khusus *handphone* dan *tablet*, namun responden lebih cenderung mempreferensikan Samsung Galaxy S6 Edge+.

DAFTAR PUSTAKA

- Albari dan Liriswati, Anita. 2004. Analisis Minat Beli Konsumen Sabun Cair Lux, Biore Dan Lifebuoy Di Kotamadya Yogyakarta Ditinjau Dari Pengaruh Sikapnya Setelah Melihat Iklan Di Televisi Dan Norma Subyektif. *Vol.(9) no.2*.

- Alfred, Owusu. 2013. Influences of Price and Quality On Consumer Purchase of Mobile Phone In Te Kumasi Metropolis In Ghana A Comparative Study. *European Journal of Business and Management Vol. 5, No 1*.
- Barus, Sarjana. 2008. Analisis Sikap dan Minat Konsumen dalam Membeli buah-buahan di Carrefour, Plaza Medan Fair dan Supermarket brastagi, Medan. (Tesis-S2). Medan: Universitas Sumatra Utara.
- Belch, George E, dan Belch, Michael A. 2004. *Advertising and Promotion, An Integrated Marketing Communications Perspective*, 6th edition. New York: McGraw-Hill/Irwin.
- cdn2.dazeinfo.com/wp-content/uploads/2015/04/worldwide-smartphone-shipments-share-Q1-2015.png (Diakses Pada Tanggal 15 Oktober 2015).
- Čonková, Monika, 2013. Analysis of Perceptions of Conventional and E-Learning Education in Corporate Training. *Vol.(5) no 4. Hal.73-97*.
- Ferdinand, Augusty, 2002, Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kinnear, Thomas C. dan Taylor, James R., 1995, *Riset Pemasaran: Pendekatan Terpadu*, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip, Garry Armstrong, 2008. *Principles of Marketing*, Pearson/Prentice
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Schiffman, L.G dan Kanuk, Lesley L, 2007. *Consumer Behavior*, New Jersey: Perason Prestice Hall.
- Shaharudin, M.R., Mansor, S. W., Hassan, A. A., Omar, M. W., Harun, E. H. 2011. The Relationship Between product Quality and Purchase Intention: The Case of Malaysia's National Motorcycle/scooter Manufacturer. *African Journal of Business Management Vol.5 (20), pp 8163-8176, ISSN 1993-8233 Academic Journal*.
- Tim. 2006. *Panduan: Penulisan Dan Penilaian Skripsi*. Surabaya: UNESA
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. 2012. *Pemasaran Strategik*. Edisi kedua. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- www.idc.com/prodserv/smartphone-market-share.jsp (Diakses Pada Tanggal 10 Oktober 2015).
- www.kaskus.co.id (Diakses Pada Tanggal 10 Oktober 2015).
- www.kbbi.web.id/laku (Diakses Pada Tanggal 10 Oktober 2015).