

ANALISIS PERSEPSI KUALITAS, HARGA, DAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SAMSUNG GALAXY TAB SERIES DI GALAXY MALL 3 SURABAYA

Ivanna Oktavianka Pingkan Sampouw
Universitas Widya Kartika

Abstrak

Perkembangan teknologi saat ini membawa pengaruh yang cukup besar biasanya digunakan untuk membuat, mengubah, menyimpan, menyampaikan, bahkan menyebarkan informasi dengan cepat. Salah satu penunjang kualitas produk tersebut dengan menggunakan Samsung Galaxy Tab *series* atau yang biasa disebut dengan Tab. Objek penelitian yang dilakukan berada di lokasi Samsung *Experience Store* Galaxy Mall 3 untuk menganalisa pendapat konsumen mengenai persepsi kualitas, harga, dan merek terhadap keputusan pembelian Samsung Galaxy Tab *eries*. Penelitian ini menggunakan Jenis metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang menggambarkan fenomena melalui deskripsi dengan bentuk kalimat dan bahasa dalam menganalisis faktor konsumen terhadap pembelian Samsung Galaxy Tab di Galaxy Mall 3 Surabaya. Konsumen yang memilih produk Galaxy Tab karena tampilan desain, warna yang menarik dan ukuran layar yang beraneka ragam. Harga dan spesifikasi yang ditawarkan dari setiap produk sesuai dengan kebutuhan konsumen. Merek Samsung memiliki respon yang positif dikarenakan kualitas dan pelayanan yang cukup baik.

Kata kunci: Persepsi Kualitas, Persepsi Harga, Samsung *Experience Store*

Abstract

Current technological developments have a considerable influence, usually used to create, modify, store, convey, and even disseminate information quickly. One of the supporting product quality is by using the Samsung Galaxy Tab series or commonly called the Tab. The object of the research was conducted at the Samsung Experience Store Galaxy Mall 3 location to analyze consumer opinion regarding perceived quality, price and brand on purchasing decisions for the Samsung Galaxy Tab series. This research uses the type method study is a qualitative method with a descriptive approach that describes phenomena through descriptions in sentence form and language in analyzing consumer factors towards purchasing Samsung Galaxy Tabs at Galaxy Mall 3 Surabaya. Consumers choose Galaxy Tab products because of their design appearance, attractive colors and various screen sizes. Prices and specifications offered for each product according to consumer needs. The Samsung brand has a positive response because of the quality and service that is quite good.

Keywords: *Perceived Quality, Perceived Price, Samsung Experience Store.*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital saat ini tumbuh semakin pesat, tidak hanya digunakan sebagai alat telekomunikasi atau menyalurkan suatu informasi, tetapi teknologi juga bisa digunakan dalam beberapa aspek, baik dari aspek perekonomian, pekerjaan, bisnis, industri hingga pendidikan. Selain itu munculnya pandemi Covid-19 di seluruh dunia yang membuat semua orang mulai menggunakan teknologi digital secara global. Sehingga penggunaan teknologi digital sudah mulai dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari.

Perkembangan teknologi saat ini membawa pengaruh yang cukup besar biasanya digunakan untuk membuat, mengubah, menyimpan, menyampaikan, bahkan menyebarkan informasi dengan cepat. Hal ini memungkinkan setiap perusahaan teknologi untuk menghasilkan produk digital terbaru yang berkualitas tanpa membedakan jarak dan waktu agar dapat menarik minat konsumen. Salah satu penunjang kualitas produk tersebut dengan menggunakan Tablet PC atau yang biasa disebut dengan Tab.

Banyaknya produk Tab yang masuk ke pasar saat ini membuat konsumen mempertimbangkan beberapa faktor dalam memilih produk Tab. Ada beberapa orang yang membeli Tab ini bukan hanya sekedar pelengkap saja, tetapi juga melihat apa yang bisa dimanfaatkan dari produk Tab ini, misalnya tab digunakan untuk menyelesaikan tugas, mengatur jadwal pekerjaan, dan bisa digunakan untuk hiburan seperti menonton dan bermain *game*, tidak hanya itu ada beberapa Tab juga yang dapat digunakan untuk berkomunikasi. Salah satu perusahaan yang membuat Tab ini adalah PT. Samsung Electronic Indonesia.

Pada tahun 2020 PT. Samsung Electronic Indonesia mengklaim bahwa pada saat pandemi virus *Covid-19*, Tab Samsung Galaxy Tab cukup diminati oleh konsumen untuk menunjang aktivitas bekerja dari rumah selain itu dapat membuat seluruh pekerjaan menjadi lebih mudah (<https://www.antaranews.com/berita/1454768/tablet-samsung-diminati-untuk-bekerja-dari-rumah>). Denny Galant selaku *Head of Product Marketing IT & Mobile* Samsung Electronic Indonesia mengatakan bahwa situasi pandemi tidak melihat ceruk baru, tetapi Samsung mencari solusi yang dapat berkontribusi untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Meskipun Samsung tidak menyebutkan pengaruh dan situasi terhadap penjualannya, tetapi berdasarkan data mereka, *trend* pencarian untuk Samsung Galaxy Tab di Google naik hingga 20% setelah berlakunya kebijakan untuk bekerja dari rumah.

Di tahun 2021 Samsung juga masih mengklaim bahwa Tab keluaran dari Samsung ini masih menjadi produk yang diminati oleh masyarakat (<https://wartapenaneews.com/tahun-ini-samsung-masih-rajai-pasar-tablet-di-indonesia/>).

Dan pada di tahun 2021 ini Samsung Galaxy Tab *series* mengalami kenaikan *trend* sebesar 37% dibandingkan dengan periode sebelumnya. Tab keluaran dari Samsung ini ditujukan untuk generasi Gen Z dan para profesional muda, dikarenakan dapat menunjang aktivitas & kreativitas dari para konsumen, ungkap dari Elvira Dwi Anggraeni selaku *IT & Mobile Product Marketing* Samsung Electronic Indonesia. Permintaan Tab sendiri tidak lepas dari perubahan gaya hidup, seperti yang telah diketahui bahwa Tab telah banyak dipakai untuk kebutuhan pekerjaan dan keperluan sekolah sehingga adanya kenaikan di pasar Tablet PC.

Perusahaan Samsung *Group* telah meluncurkan Produk Samsung Galaxy Tab *series* Di Indonesia pada Oktober 2010 dengan series pertamanya yaitu Samsung Galaxy Tab 7 *series*, Samsung Galaxy Tab 8 *series*, Samsung Galaxy Tab2 7 *series*, Samsung Galaxy Tab Pro, Samsung Galaxy Tab A *series*, dan Samsung Galaxy S *series*. Samsung selalu mengeluarkan desain yang mampu menarik perhatian konsumen, dengan desain yang sekarang dibuat menjadi lebih *simple* dan elegan sehingga bagi pengguna akan menciptakan kebanggaan tersendiri saat memakai produk tersebut.

Samsung sudah memiliki outlet di beberapa kota di Indonesia, salah satunya dikota Surabaya, dan terdapat beberapa outlet yang tersebar di beberapa tempat dan lokasi perbelanjaan salah satunya di Galaxy Mall 3, Surabaya. Samsung Experience Store di Galaxy mall 3 sendiri sudah beroperasi selama 4 tahun, sejak tahun 2019 hingga saat ini. jumlah konsumen yang melakukan pembelian Samsung Galaxy Tab *series* di Galaxy Mall 3 mengalami kenaikan serta penurunan yang tidak terlalu signifikan dikarenakan minat beli para konsumen yang tidak menentu. Samsung Experience Store telah melakukan berbagai upaya dan teknik marketing untuk menarik minat beli konsumen, tidak hanya memberikan contoh *display* produk dan memberi potongan harga di outlet saja akan tetapi teknik marketing dari Samsung Experience Store juga memiliki beberapa cara untuk melakukan promosi secara online untuk memperluas pasar mereka yaitu dengan melakukan pemasaran produk melalui Instagram dan melakukan edukasi produk melalui *Live Youtube* agar konsumen tertarik untuk membeli produk Samsung Galaxy Tab *series* ini.

Oleh karena itu peneliti memilih Samsung Experience Store di cabang Galaxy Mall 3 ingin melakukan penelitian tentang analisis persepsi kualitas, harga, dan merek terhadap keputusan pembelian Samsung Galaxy Tab di Galaxy Mall 3 Surabaya karena menurut peneliti outlet ini merupakan outlet ke 11 yang dibuka Oleh PT. Samsung Electronic Indonesia di tahun 2019 (<https://surabaya.tribunnews.com/2019/07/23/sasar-anak-muda-surabaya-samsung-buka-samsung-experience-store-ses-di-galaxy-mall>). Selain itu, outlet ini memiliki tempat dan suasana yang lebih modern dan diharapkan outlet Samsung *Experience Store* ini dapat meningkatkan minat konsumen dalam melakukan pembelian produk Samsung Galaxy Tab *series* di Galaxy Mall 3 Surabaya.

2. METODE PENELITIAN

Menurut Sugiyono (2019:2) metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Herdiansyah Haris (2010) metode penelitian kualitatif adalah penelitian ilmiah yang bertujuan untuk memahami suatu fenomena dalam konteks sosial secara alamiah dengan mengedepankan proses interaksi komunikasi yang mendalam antara peneliti dengan fenomena yang diteliti. Metode penelitian deskriptif menurut Nazir (2014:43) metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang.

Menurut Martha & Kresno (2016) terdapat dua syarat yang perlu diperhatikan dalam menentukan informan, yaitu kecukupan data dan kesesuaian data. Dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara terhadap 10 narasumber yang telah mempunyai produk Samsung Galaxy Tab *Series* dikarenakan jumlah narasumber tersebut dirasa sudah mencukupi ketepatan data dan kesesuaian dari wawancara tersebut.

Dalam penelitian ini, jenis metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang menggambarkan fenomena melalui deskripsi dengan bentuk kalimat dan bahasa. Alasan peneliti menggunakan jenis ini karena untuk menganalisis faktor keputusan konsumen terhadap pembelian Samsung Galaxy Tab di Galaxy Mall Surabaya. Penelitian ini mengambil sebanyak 10 responden dan teknik pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi.

Teknik pengambilan sampel menurut Margono (2004) cara dalam menentukan suatu sampel dan jumlahnya sesuai dengan ukuran sampel yang akan dijadikan sumber data sebelumnya. Teknik pengambilan sampel yang diambil adalah pengunjung yang pernah melakukan pembelian produk Samsung Galaxy Tab *Series* di Galaxy Mall, pengunjung yang berusia 17 tahun ke atas dikarenakan di usia tersebut bisa memberikan tanggapan cukup jelas saat diberikan beberapa pertanyaan, dan jumlah pengunjung yang akan di wawancara adalah 10 responden karena jumlah tersebut telah mencukupi ketepatan dan kesesuaian data dari wawancara.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran umum sejarah singkat Samsung *Experience Store* Galaxy Mall 3

Samsung Experience Store dibuka pada tanggal 23 Juli 2019, Outlet ini berada di salah satu Mall yaitu Galaxy Mall 3 yang berada di jalan Jl. Dr. Ir. H. Soekarno No.178, Kec. Mulyorejo, Kota Surabaya. Samsung *Experience Store* ini berada di lantai 3 dan SES ini memiliki lokasi yang strategis karena disekitar outlet ini terdapat beberapa outlet lain yang terkenal dan menjual berbagai keperluan, sehingga outlet SES sering dilalui oleh konsumen. Selain itu SES memiliki tempat yang cukup luas sehingga mudah ditemukan oleh konsumen dan dari luar outlet konsumen dapat langsung melihat *display* produk yang

ditawarkan oleh Samsung sehingga menarik perhatian para konsumen, selain itu Outlet Samsung *Experience Store* ini dirancang dengan memadukan desain yang *modern*, elegan dan nyaman dengan pilihan tampilan digital dan teknologi terkini.

Jam Operasional Samsung *Experience Store* Galaxy Mall 3

Samsung *Experience Store* beroperasi selama 12 jam setiap hari, yaitu setiap hari senin sampai dengan minggu mulai pukul 10.00 – 22.00 WIB mengikuti jam Operasional di Galaxy Mall 3. Target pelanggan dari Samsung *Experience Store* yaitu mulai dari remaja hingga dewasa. Pada akhir pekan Samsung *Experience Store* ramai dikunjungi mulai pukul 14.00 WIB sementara pada hari kerja biasa ramai dikunjungi mulai pukul 17.00 WIB.

Teknik Pemasaran Produk Samsung Galaxy Tab di Galaxy Mall 3

Samsung *Experience Store* Selain menawarkan produknya melalui outlet, Samsung *Experience Store* juga memiliki beberapa cara untuk melakukan promosi untuk memasarkan produknya. Promosi yang dilakukan untuk memperluas pangsa pasarnya yaitu:

- a. Melakukan pemasaran produk melalui Instagram @samsungshop_galaxymall 3.
- b. Memberikan edukasi produk kepada *customer* melalui *live* Youtube Samsung Galaxy Mall 3.
- c. Melihat ulasan melalui Google Review, karena disana terdapat riwayat *customer* yang telah melakukan pembelian.

Beberapa Produk Samsung Galaxy Tab Series

- a. Samsung Galaxy Tab A8
Tab yang berukuran 10,5 inci, dilengkapi dengan kamera depan dan belakang yang beresolusi 5MP dan 8 MP. Selain itu Tab ini juga memiliki 2 versi yaitu Samsung Galaxy Tab A8 LTE dan Samsung Galaxy Tab A8 Wifi. Dan Untuk Galaxy Tab A8 LTE memiliki RAM dan penyimpanan internal sebesar 4GB dan 128GB. Sedangkan untuk Galaxy Tab Wifi memiliki RAM dan memori internal yang lebih kecil yaitu 3GB dan 32GB.
- b. Samsung Galaxy Tab A7 Lite
Memiliki ukuran 8,7 inci dan berat sekitar 366gr, mempunyai RAM dan penyimpanan memori internal yang tidak terlalu besar sekitar 3GB dan 32GB akan tetapi Tab ini juga sudah didukung oleh penyimpanan memori eksternal hingga 1TB
- c. Samsung Galaxy Tab S6 Lite
Tab yang memiliki RAM dan memori penyimpanan internal sebesar 4GB dan 128 GB, dan juga dilengkapi slot untuk menambahkan kartu microSD hingga 1TB. Terdapat 2 kamera yang bisa digunakan yaitu kamera depan yang beresolusi 5 MP yang bisa digunakan untuk melakukan *selfie* atau *video call*, dan kamera belakang yang beresolusi 8 MP yang dapat digunakan untuk mengabadikan video dengan kualitas 1080p 30fps.
- d. Samsung Galaxy Tab S7 FE
Salah satu keluaran dari Tab S Series dan telah masuk ke Indonesia pada tahun 2021, sudah didukung dengan konektivitas 5G dan memiliki ukuran layar sebesar 12,4 inci. Selain itu Tab ini juga dilengkapi dengan S Pen yang dapat membantu konsumen untuk membuat catatan di beberapa aplikasi seperti Samsung Notes, Canva dan beberapa aplikasi yang lain.

e. Samsung Galaxy Tab S8

Tab dari Samsung Galaxy Tab S Series yang menggunakan *fingerprint* yang berada di tombol power. Samsung Galaxy Tab S8 Series ini terdiri dalam 2 versi, yaitu versi *Wifi only* dan *Wifi+koneksi 5G*. tidak hanya itu, Tab ini dibekali dengan kamera depan (*ultrawide*) yang memiliki resolusi 12 MP dan memiliki 2 kamera dibagian belakang yang terdiri dari kamera utama beresolusi 13 MP dan kamera *ultrawide* 6 MP. memiliki baterai yang berkapasitas 8.000 mAh dengan didukung pengisian daya yang cepat (*fast charging*) hingga 45 watt.

Deskripsif Hasil Pembahasan

1. Persepsi Kualitas Produk Samsung Galaxy Tab Series

Berikut ini penjelasan secara rinci dalam wawancara yang didasarkan pada teori beberapa dimensi dalam kualitas suatu produk menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2009). Dalam penelitian ini hanya menggunakan 2 dimensi dari kualitas yaitu fitur dan estetika:

a. Fitur

Berdasarkan jawaban dari hasil wawancara dengan semua narasumber maka dapat disimpulkan narasumber memilih untuk melakukan pembelian Samsung Galaxy Tab S Series karena memiliki fitur Samsung Dex yang dapat mengubah tampilan layar seperti laptop, dan memiliki fitur *second screen* yang dapat menunjang produktifitas para konsumen. Selain itu untuk narasumber yang memilih Tipe Samsung Galaxy Tab A Series karena speaker yang dimiliki oleh Tab Samsung ini memiliki suara yang jernih. Dan mempunyai fitur *Knox* dan fitur *multi active windows*.

b. Estetika

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, narasumber yang melakukan pembelian Samsung Galaxy Tab Series dikarenakan Tab ini memiliki warna dan desain yang menarik perhatian, dan ukuran dari layar Samsung Galaxy Tab tersebut yang berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan para konsumen.

2. Persepsi Harga Produk Samsung Galaxy Tab Series

Berdasarkan teori Kotler dan Armstrong (2015:52) terdapat dimensi yang menentukan harga terhadap suatu produk yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat, dan harga sesuai dengan kemampuan atau daya saing.

Hasil jawaban dari narasumber yang telah diwawancarai dapat disimpulkan narasumber mengatakan bahwa harga yang ditawarkan sesuai dengan spesifikasi atau kualitas yang diberikan. Tidak hanya itu, selain memiliki harganya yang sesuai kebutuhan para konsumen juga mendapatkan beberapa keuntungan seperti mendapat potongan harga atau aksesoris yang bisa digunakan dan tidak perlu menambah biaya. Dan masa penggunaan dari Samsung Galaxy Tab sendiri juga dapat bertahan lama.

3. Minat Konsumen Pada Merek Samsung Galaxy Tab Series Di Galaxy Mall 3

Hasil dari narasumber yang diwawancarai, dapat diketahui narasumber memilih untuk melakukan pembelian Samsung Galaxy Tab dikarenakan lokasi dari beberapa konsumen tersebut dekat dengan Galaxy Mall, beberapa narasumber lain mengatakan bahwa mereka melakukan pembelian di Galaxy Mall 3 karena mendapat rekomendasi untuk melakukan pembelian di outlet tersebut. selain itu Samsung *Experience Store* di Galaxy Mall 3 memiliki konsep yang berbeda dari outlet Samsung yang lainnya

Berdasarkan jawaban dari hasil wawancara yang telah dilakukan, narasumber yang memilih untuk membeli Tab merek Samsung karena mendapat rekomendasi dari para teman atau kerabat, selain itu konsumen beranggapan bahwa Tab merek Samsung ini sudah sesuai dengan kebutuhan. Dan tidak hanya itu kualitas yang diberikan oleh Samsung ini sudah cukup baik dan memiliki daya tahan yang cukup lama pada saat pemakaian.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa persepsi harga, kualitas, dan merek terhadap keputusan pembelian Samsung Galaxy Tab *series*, dikarenakan kualitas, harga dan merek merupakan peran utama konsumen dalam keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil pembahasan diatas, maka peneliti memperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- a. Konsumen memilih produk Samsung Galaxy Tab karena melihat tampilan desain dan warna yang menarik dengan ukuran layar yang berbeda-beda. Samsung Galaxy Tab *S series* merupakan produk Tab yang paling dicari oleh konsumen karena memiliki beberapa spesifikasi yang dapat digunakan sebagai alat untuk menunjang produktifitas dengan didukung oleh fitur Samsung *Dex*. Selain itu untuk Samsung Galaxy Tab *A series* banyak digunakan oleh konsumen sebagai hiburan untuk menonton atau bermain *game*.
- b. Harga yang ditawarkan dari setiap produk Samsung Galaxy Tab *series* berbeda-beda sesuai dengan spesifikasi yang diberikan, selain itu promosi yang diberikan juga menambah minat konsumen dalam membeli Samsung Galaxy Tab *series*.
- c. Respon konsumen terhadap merek Samsung memiliki pengaruh yang positif, yaitu produk Galaxy Tab dari Samsung ini memiliki kualitas serta pelayanan yang cukup baik dan lebih mengutamakan kebutuhan konsumen.

Saran

Berdasarkan hasil pembahasan diatas, maka peneliti memiliki beberapa saran untuk produk Samsung Galaxy Tab sebagai berikut:

- a. Hendaknya perusahaan dari Samsung melakukan penambahan aksesoris seperti *Coverbook Keyboard* untuk Samsung Galaxy Tab *A series* agar konsumen yang menggunakan produk tersebut tidak hanya sebagai pelengkap untuk hiburan tetapi bisa juga untuk menunjang produktifitas para konsumen.
- b. Melakukan promosi dengan melakukan *live* di sosial media seperti Instagram, Tiktok, dan Youtube untuk menambah jumlah konsumen agar dapat membeli produk Tab tersebut.
- c. Sebaiknya Samsung tetap mempertahankan kualitas dari setiap produk Galaxy Tab *series* dan memberikan pelayanan yang terbaik, agar dapat menjaga dan meningkatkan kepercayaan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Haris Herdiansyah, Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial, (Jakarta: Salemba Humanika, 2011), hlm. 9.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2015. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Terjemahan: Bob Sabran. Edisi 12 Jilid 2. Jakarta : Erlangga
- Lupiyoadi, R. dan Hamdani, A. 2009. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat.

Margono, 2004, Metodologi Penelitian Pendidikan, Jakarta: Rineka Cipta.

Martha, E., & Kresno, S. (2016). Metodologi penelitian kualitatif. Rajawali Press

Nazir, Moh. 2014. Metode Penelitian. Bogor. Ghalia Indonesia.

Sugiyono.2019.Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung:Alfabeta
Bandung.