

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi sekarang ini di mana perubahan teknologi dan arus informasi yang semakin maju dan cepat mendorong masyarakat untuk lebih paham akan kecanggihan teknologi. Manusia dituntut agar dapat membekali dirinya dengan ketrampilan dan kemampuan yang lebih tinggi dalam usaha untuk membuktikan bahwa manusia seharusnya dapat mengendalikan dan menguasai IPTEK bukan sebaliknya. Kemajuan teknologi saat ini sangat berkembang pesat dan membantu manusia untuk berinteraksi satu sama lain tanpa dibatasi oleh jarak dan waktu. Kemudahan yang diberikan oleh teknologi tersebut mencakup banyak hal serta merambah pada berbagai aspek kehidupan mulai dari kesehatan, ekonomi dan pemasaran, bisnis hingga pendidikan. Pada prinsipnya teknologi ini berkembang untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia agar dalam kehidupannya dapat lebih muda berkomunikasi ataupun melakukan sesuatu. Dengan bakal kemampuan teknologi dan ketrampilan yang tinggi inilah, manusia khususnya generasi muda diharapkan mampu menghadapi persaingan dan arus kemajuan yang selalu mengalami perubahan dari waktu ke waktu. Salah satu bentuk dari globalisasi dalam komunikasi adalah dengan lahirnya inovasi-inovasi baru dalam penyampaian komunikasi sehari-hari.

Adapun salah satu dari kecanggihan teknologi berupa telepon seluler yang dilahirkan dalam era globalisasi saat ini adalah *Smartphone Android*. *Android* adalah sistem operasi yang digunakan di *smartphone* dan juga tablet PC.

Fungsinya sama seperti sistem operasi Symbian di Nokia, iOS di Apple dan BlackBerry OS.

Android tidak terikat ke satu merek Handphone saja, beberapa vendor terkenal yang sudah memakai Android antara lain Samsung , Sony, HTC, Nexus, Motorola, dan lain-lain. Keunggulan utama Android adalah gratis dan open source, yang membuat smartphone Android dijual lebih murah dibandingkan dengan Blackberry atau iPhone meski fitur (*hardware*) yang ditawarkan Android lebih baik. Beberapa fitur utama dari Android antara lain WiFi hotspot, Multi-touch, Multitasking, GPS, accelerometers, support java, mendukung banyak jaringan (GSM/EDGE, IDEN, CDMA, EV-DO, UMTS, Bluetooth, Wi-Fi, LTE & WiMAX) bahkan sekarang muncul lagi program-program sosial media yang makin canggih sebut saja WeChat dan whatsUp.

Mahasiswa sebagai kaum intelektual dapat dikatakan sebagai khalayak sadar dimana mahasiswa dapat mengetahui dan menyadari kebutuhannya dalam dalam menggunakan teknologi. Adapun tuntutan untuk mengetahui informasi lebih banyak dalam menambah wawasan dan intelektualitas diri menjadikan mahasiswa tidak bias lepas dari dunia informasi dan berita. Adanya tugas-tugas kuliah juga menuntut mahasiswa harus lebih gesit dalam memfasilitasi diri untuk mendapat informasi-informasi lebih cepat dan mudah. Banyak dari mahasiswa yang pencarian tugasnya mencari referensi dari browsing internet dan juga melalukan diskusi kelompok kecil melalui forum-forum yang dibuat di situs jejaringan social dan instan messaging.

Mahasiswa Universitas Kristen Duta Wacana merupakan kaum mudah yang memiliki intelektual tinggi yang haus akan teknologi informasi. Selain itu sebagian mahasiswa selalu mengikuti arus perkembangan kemajuan teknologi komunikasi karena konsentrasi kuliah yang menuntut untuk selalu memperbaharui informasi yang beredar. Fenomena *Android* khususnya yang ber-merk Samsung kini menjangkit dikalangan mahasiswa UKDW dimana system operasi yang digunakan pada smartphone merk Samsung ini mempunyai fitur dan fasilitas yang canggih.

Dengan demikian berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian tentang **“KEPUASAN KONSUMEN PADA SMARTPHONE ANDROID MERK SAMSUNG DI UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA YOGYAKARTA**

1.2 Perumusan Masalah

Dalam penelitian ini penulis ingin meneliti :

- a. Bagaimana kepuasan mahasiswa Universitas Kristen Duta Wacana terhadap penggunaan *Smartphone Android* merk Samsung?
- b. Apakah variabel yang paling memuaskan pada *smartphone* merk Samsung?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui kepuasan penggunaan *smartphone Android* merk Samsung di Universitas Kristen Duta Wacana.

- b. Untuk mengetahui variabel yang paling memuaskan pada *smartphone android* merk Samsung di Universitas Kristen Duta Wacana

1.4 Kontribusi Penelitian

Penelitian ini diharapkan berkontribusi bagi pihak-pihak :

- a. Bagi Penulis

Penelitian dilakukan agar dapat menambah pengetahuan dan pengalaman dalam menerapkan teori-teori yang telah diterima di bangku perkuliahan.

- b. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan wawasan pembaca dalam memahami keinginan dan kebutuhan akan suatu fasilitas yang ada pada *smartphone* merk samsung.

1.5. Batasan Penelitian

Penulis memiliki keterbatasan dan kemampuan, maka peneliti dibatasi pada:

- a. Penelitian dilakukan pada Mahasiswa Universitas Kristen Duta Wacana
- b. Responden adalah Mahasiswa Universitas Kristen Duta Wacana yang menggunakan *smartphone* merk Samsung.
- c. Profil responden adalah:
 - 1. Jenis kelamin
 - 2. Fakultas
 - 3. Pendapatan/kiriman (per bulan)
 - 4. Dari mana anda mendapatkan informasi mengenai *smartphone android* merek samsung.

d. Atribut yang diteliti meliputi:

1. *Product* : Fitur-fitur seperti : Keadaan sinyal, Garansi, menu-menu yang terdapat pada smartphone, Kualitas kamera dan Program yang ada,
2. *Price* : Harga merupakan atribut meliputi keberadaan produk dari harga inilah suatu produk dinilai secara kuantitatif dengan sejumlah uang yang semestinya dibayarkan untuk sejumlah barang dan jasa yang meliputi harga murah dan persaingan harga.
3. *Place* : Untuk mencapai sasaran bagi produk yang siap dipasarkan ke masyarakat luas, maka produk memakai suatu sarana yang disebut saluran distribusi yang meliputi lokasi yang terjangkau serta keberadaan service center.
4. *Promotion* : Promosi menunjukkan pada berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan kebaikan produk dan membujuk para pelanggan dan konsumen sasaran untuk membeli produk *smartphone* merk Samsung meliputi even-even, pemasangan baleho, iklan lewat media televisi, iklan lewat media internet serta komunikasi dalam mempromosikan.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dari hasil analisis data sikap Mahasiswa Universitas Kristen Duta Wacana terhadap smartphone merk Samsung di Universitas Kristen Duta Wacana, maka dapat disimpulkan antara lain sebagai berikut :

- a. Dari karakteristik responden atau profil responden, maka berdasarkan hasil pengolahan data dari 100 responden yang paling dominan dalam menggunakan smartphone merk Samsung adalah Wanita sebesar 55%, sedangkan Mahasiswa yang mendominasi dalam penggunaan smartphone merk Samsung adalah Mahasiswa dari Fakultas Teknologi Informasi yaitu sebesar 40%. Untuk informasi tentang smartphone merk Samsung paling besar diketahui dari internet/media sosial yakni 40%, sedangkan dari iklan sebesar 34%, teman hanya sebesar 14% dan dari keluarga/saudara sebesar 12%.

b. Berdasarkan hasil indeks kepuasan pelanggan terhadap dimensi kinerja perusahaan smartphone merek samsung membuktikan :

1. Untuk produk bukti program menu-menu yang terdapat pada smarphone merek samsung dianggap yang paling penting pertama dengan skor 16,96 kemudian disusul dengan atribut program-program dengan skor 16,64, dan terakhir adalah atribut garansi dengan skor 15,86.
2. Untuk harga bukti atribut harga murah dan terjangkau dianggap yang paling penting dengan skor 16,93 disusul dengan atribut persaingan harga dengan skor 15,97
3. Untuk lokasi atribut lokasi yang mudah dan dapat terjangkau dianggap yang paling penting dengan skor 13,29 disusul atribut keberadaan sevice center yang tersebar dengan skor 12,25
4. Untuk promosi atibut promosi yang dilakukan lewat even-even oleh perusahaan dianggap yang paling penting dengan skor 17,96 disusul oleh atribut penayangan iklan lewat media internet dengan skor 17,65 dan terakhir diikuti oleh atribut penayangan iklan lewat media televisi dengan skor 15,41.

Jadi dapat disimpulkan bahwa dari hasil perhitungna Indek Kepuasan Pelanggan (IKP) didapat nilai 208,66, maka tingkat kepuasan konsumen Mahasiswa UKDW adalah memuaskan. Artinya bahwa konsumen dalam hal ini mahasiswa UKDW merasa puas dengan smartphone merek samsung.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian yang dianalisis oleh penulis, maka ada beberapa hal yang harus diperhatikan oleh perusahaan *smartphone* android merek samsung untuk meningkatkan kualitas produk dan pelayanan di masa yang akan datang.

Berdasarkan hasil indeks kepuasan pelanggan, maka sebaiknya perusahaan *smartphone* android merek Samsung lebih memperhatikan atribut yang dianggap penting oleh pelanggan yaitu kualitas produk promosi sebagai contoh :

1. Tetap menjaga kualitas seperti menu-menu yang terdapat dalam *smartphone* sekaligus menambah fasilitas-fasilitas yang lebih memadai dan bermanfaat sehingga konsumen dapat menggunakan *smartphone* bukan saja sebagai alat komunikasi namun konsumen dapat memanfaatkan setiap fasilitas guna memperlancar aktifitas-aktifitas.
2. Material promo seperti *baleho* ataupun brosur harus dibuat lebih menarik sehingga konsumen ketika melihat langsung tertarik

Selain memperhatikan atribut yang dianggap penting, perusahaan *smartphone* android merek Samsung juga harus memperhatikan atribut yang dinilai masih kurang memuaskan oleh pelanggan yaitu lokasi keberadaan *service center*.

Adapun usaha yang harus dilakukan oleh perusahaan adalah :

1. Menempatkan lokasi *service center* yang lebih mudah dijangkau oleh pelanggan.

2. Menempatkan lokasi service center pada areal yang strategis sehingga apabila terjadi kerusakan pada smarphone, pelanggan dapat dengan mudah dan cepat mendatangi service center tersebut.

©UKDWN

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, Saifuddin, 2000, *Reliabilitas dan Validitas*, Edisi 3, Cetaka II Pustaka Pelajar Offset, Yogyakarta.
- Fandy, Tjiptono, 1997, *Strategi Pemasaran*, Edisi kedua, Cetakan Pertama Andi Offset, Yogyakarta.
- Kotler, Philip, 2006, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, edisi 12 dan 13, Erlangga, Jakarta.
- Murdan, 2003, *Statistik Pendidikan Dan Aplikasi*, Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Global Pustaka Utama, Yogyakarta.
- Singarimbun, Masri, dan Efendi, Sofyan, 1989, *Metode Penelitian Survey*, Cetakan Pertama, Jakarta.
- Sugiono, 2003, *Statistik Untuk Penelitian*, Edisi Kelima, Cetakan Kelima, Alfabeta, Bandung, Jawa Barat.
- Uma, Sekaran, 2006, *Research Methods For Business*, Jilid 2, Edisi 4, Salemba, Jakarta.
- Umar, Husein, 2002, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Edisi Pertama, Cetakan Kedua, Gramedia Pustaka, Utama, Jakarta.

KEPUASAN KONSUMEN PADA *SMARTPHONE ANDROID* MERK

SAMSUNG DI UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

SKRIPSI



Disusun Oleh :

STEVEN THONAGAMASDA

NIM 11074550

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2014

**KEPUASAN KONSUMEN PADA *SMARTPHONE ANDROID* MERK
SAMSUNG DI UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagai Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi

Disusun oleh :

STEVEN THONAGAMASDA

DUTA WACANA
NIM 11074550

Jurusan : Manajemen

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA**

2014

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan Judul :

**KEPUASAN KONSUMEN PADA *SMARTPHONE ANDROID* MERK
SAMSUNG DI UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA**

Telah diajukan dan dipertahankan oleh :

**STEVEN THONAGAMASDA
11074550**

Dalam Ujian Skripsi Program Studi S1 Akuntansi

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi pada tanggal 18 Agustus 2014

Dewan Penguji

1. Dra. Ety Istriani, MM
(Ketua Tim)
2. Jonathan Herdioko, SE, MM
(Dosen Penguji)
3. Drs. Sisnuhadi, MBA
(Dosen Penguji)

Tanda Tangan



Yogyakarta, 09 SEP 2014

DUTA WACANA

Disahkan Oleh :

Dekan Fakultas Bisnis,



Dr. Singgih Santoso, MM

Wakil Dekan 1 Manajemen,



Petra Surya Mega Wijaya, SE, MSi

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

KEPUASAN KONSUMEN PADA SMARTPHONE ANDROID MERK SAMSUNG DI UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah di cantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta, 16 Juli 2014



Steven Thonagamasda

11074550

Halaman Motto

Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi kamu menyukai sesuatu,
padahal ia amat buruk bagimu, Tuhan mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui.

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah menyelesaikan satu urusan,
kerjakanlah juga yang lain dengan sungguh-sungguh

HALAMAN PERSEMBAHAN

Syukur dan terima kasih yang sedalam-dalamnya atas semua kasih sayang dan cinta yang tak terhingga yang telah kuperoleh dari keluarga dan orang-orang terdekatku. Untuk itu Skripsi ini kan kupersembahkan kepada :

- Tuhan Yang Maha Esa
- Papa dan Mama Tercinta
- Kakak dan Adik – adik tercinta
- Seluruh keluargaku
- Dan Almamaterku Duta Wacana

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan yang penuh kasih sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul : **“KEPUASAN KONSUMEN PADA *SMARTPHONE ANDROID* MERK SAMSUNG DI UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA YOGYAKARTA”**.

Adapaun tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk meraih gelas Sarjana Ekonomi di Universitas Kristen Duta Wacana, Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini, penulis telah banyak mendapatkan bantuan dan dorongan dari berbagai pihak, baik yang berupa moril maupun materiil. Oleh karena itu pada kesempatan ini perkenankanlah penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dosen pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktu untuk membimbing dan memberikan pengarahan yang sangat berguna bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.
3. Segenap Dosen dan Staf Pengajar Fakultas Ekonomi yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan di Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.
4. Papa, mama yang telah memberikan dorongan, semangat dan dukungan serta doa hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

5. Teman-teman se-kost yang telah memberikan dukungan semangat bagi penulis baik itu secara langsung ataupun tidak langsung, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Teman-teman kuliah yang telah memberikan kenangan manis selama kuliah dan semua pihak yang telah banyak membantu baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis juga menyadari sepenuhnya, bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan-kekurangan yang penulis tidak sadari. Oleh karena itu segala kritik dan saran yang sifatnya membantu akan penulis terima dengan senang hati.

Besar harapan penulis, semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan. Akhir kata penulis sekali lagi mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan hingga selesainya skripsi ini.

Jogjakarta, 2014

Penulis

Steven Thonagamasda

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	
DAFTAR TABEL.....	
DAFTAR GAMBAR.....	
DAFTAR LAMPIRAN.....	
ABSTRAKSI.....	
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Kontribusi Penelitian.....	4
1.5 Batasan Penelitian.....	4
BAB II LANDASAN TEORI.....	6
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	6
2.1.2 Pengertian Konsep Pemasaran.....	7

2.1.3	Bauran Pemasaran.....	8
2.1.4	Produk (Product).....	9
2.1.5	Harga (Price).....	9
2.1.6	Lokasi Distribusi (Place).....	10
2.1.7	Promosi (Promotion).....	10
2.2	Manajemen Pemasaran.....	11
2.2.1	Pengertian Manajemen Pemasaran.....	11
2.2.2	Sikap Konsumen.....	11
2.3	Kepuasan Pelanggan.....	12
2.3.1	Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	12
2.3.2	Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pekanggan.....	13
2.3.3	Elemen Program Kepuasan Pelanggan.....	14
2.3.4	Manfaat Program Kepuasan Pekanggan.....	15
2.3.5	Mengukur Kepuasan Pelanggan.....	17
2.4	Hipotesis.....	19
BAB III METODE PENELITIAN.....		20
3.1	Data.....	20
3.1.1	Sumber Data.....	20
3.1.2	Pengumpulan Data.....	21
3.2	Populasi Dan Sampel.....	21
3.3	Skala Penelitian.....	22
3.4	Metode Analisis Data.....	22
3.4.1	Analisis Prosentasi.....	22

3.4.2 Uji Validitas.....	23
3.4.3 Uji Reliabilitas.....	24
3.4.4 Analisis Kepuasan Pelanggan (IKP).....	24
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	26
4.1 Deskripsi Hasil Penelitian.....	26
4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	27
4.2.2 Uji Validitas.....	27
4.2.3 Uji Reliabilitas.....	28
4.3 Analisis Data.....	29
4.3.1 Analisis Presentase.....	29
4.3.2 Analisis Indeks Kepuasan Pelanggan (IKP).....	33
4.4 Analisis Indeks Kepuasan Penggan Per atribut.....	37
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	43
5.1 Simpulan.....	43
5.2 Saran.....	45
DAFTAR PUSTAKA.....	46
LAMPIRAN.....	47

DAFTAR TABEL

	Halaman
Hasil Uji Validitas Untuk Item Belief	28
Hasil Uji Validitas Untuk Item Ideal	29
Hasil Uji Reliabilitas Untuk Belief dan Ideal	30
Distribusi Frekuensi dan Presentase Responden Jenis	
Kelamin	30
Distribusi Frekuensi dan Presentase Responden	
Berdasarkan Fakultas	31
Distribusi Frekuensi dan Presentase Responden	
Berdasarkan Pendapatan	32
Distribusi Frekuensi dan Presentase Responden	
Berdasarkan Informasi	32
Hasil Uji Indeks Kepuasan Pelanggan terhadap Smartphone	
Merek Samsung.....	36

DAFTAR GAMBAR

Desain Penelitian Indeks Kepuasan Pelanggan Smartphone Merek Samsung.....	19
Interval Skala Kepuasan Pelanggan.....	34
Hasil Interval Skala Kepuasan Pelanggan.....	35
Interval Skala Kepuasan Pelanggan per atribut.....	35
Interval Skala Kepuasan Pelanggan per atribut Garansi yang diberikan perusahaan <i>smartphone</i>	37
Interval Skala Kepuasan Pelanggan per atribut terhadap menu-menu yang terdapat pada smartphone merek Samsung.....	37
Interval Skala Kepuasan Pelanggan per atribut terhadap program-program yang terdapat pada smartphone dalam mendukung aktivitas/kegiatan.....	38
Interval Skala Kepuasan Pelanggan per atribut terhadap harga murah dan terjangkau dengan fasilitas dan kemampuan yang dimiliki.....	38
Interval Skala Kepuasan Pelanggan per atribut terhadap persaingan harga diantara merek-merek smartphone yang sama-sama besar di pasaran.....	39
Interval Skala Kepuasan Pelanggan per atribut terhadap lokasi yang terjangkau dan mudah didapat.....	40
Interval Skala Kepuasan Pelanggan per atribut terhadap lokasi keberadaan	

service center.....	40
Interval Skala Kepuasan Pelanggan per atribut terhadap promosi melalui even-even.....	41
Interval Skala Kepuasan Pelanggan per atribut terhadap penayangan iklan lewat media Televisi.....	41
Interval Skala Kepuasan Pelanggan per atribut terhadap pemasangan iklan lewat media internet.....	42

© UKDW

ABSTRAK

Dalam era globalisasi sekarang ini di mana perubahan teknologi dan arus informasi yang semakin maju dan cepat mendorong masyarakat untuk lebih paham akan kecanggihan teknologi.

Adapun salah satu dari kecanggihan teknologi berupa telepon seluler yang dilahirkan dalam era globalisasi saat ini adalah *Smartphone Android*. *Android* adalah sistem operasi yang digunakan di *smartphone* dan juga tablet PC. Fungsinya sama seperti sistem operasi Symbian di Nokia, iOS di Apple dan BlackBerry OS.

Dengan demikian penulis mengadakan penelitian tentang **“KEPUASAN KONSUMEN PADA SMARTPHONE ANDROID MEREK SAMSUNG DI UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA YOGYAKARTA”**.

Adapun tujuan penelitian ini, yaitu Untuk mengetahui kepuasan penggunaan *smartphone Android* merek Samsung di Universitas Kristen Duta Wacana dan untuk mengetahui variabel yang paling memuaskan pada *smartphone android* merek Samsung di Universitas Kristen Duta Wacana.

Dari hasil penelitian dengan menggunakan Analisis Indek Kepuasan Pelanggan (IKP) diperoleh hasil 208,66 yang bila ditempatkan pada skala Indek Kepuasan Konsumen berada pada skala memuaskan. Hal ini berarti atribut yang ditawarkan *Smartphone Android* merek samsung diterima dengan baik oleh Mahasiswa UKDW. Dengan demikian Mahasiswa Universitas Kristen Duta Wacana puas terhadap fasilitas yang tersedia pada *Smartphone Android* merek samsung.

Kata Kunci : *Kepuasan konsumen, Produk Samsung, Program Android*

ABSTRACT

In this era of globalization where technology changes and the flow of information is more advanced and faster to encourage people to be more aware of the sophistication of the technology.

As one of the sophisticated technology that born in the form of mobile phones in the current era of globalization is Android Smartphone. Android is the operating system used in smartphones and tablet PCs. The same function as in the Nokia Symbian operating system, Apple iOS and BlackBerry OS.

As such the authors conducted research on "**CUSTOMER SATISFACTION ON ANDROID SMARTPHONE BRAND SAMSUNG IN DUTA WACANA CHRISTIAN UNIVERSITY YOGYAKARTA**".

The purpose of this study, namely to determine the satisfaction of the use of Android smartphones in the Samsung brand on Duta Wacana Christian University and to determine which variables are the most satisfactory on android smartphone at the Samsung brand in Duta Wacana Christian University.

From the results of the study using the analysis of Customer Satisfaction Index (IKP) obtained results which, when placed 208.66 on Consumer Satisfaction Index scale is on a satisfactory scale. This means that the attributes offered by the Android Smartphone Samsung brand is well received by students UKDW. As such Duta Wacana Christian University Student satisfied with the facilities available at the brand Samsung Android Smartphone.

Keywords: *Consumer Satisfaction, Samsung Product, Android Program.*