

PERANCANGAN PENINGKATAN LOYALITAS KONSUMEN
SMARTPHONE SAMSUNG KELAS *MID RANGE* DENGAN METODE
MARKOV CHAIN & *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT* (QFD)

Nama: Frederick Michael Gondo

Fakultas Teknik Industri

Pembimbing:

Dr. Yenny Sari S.T., M.Sc., CQE.

Dr. Drs. Muhammad Rosiawan M.T.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat loyalitas pengguna *smartphone* Samsung kelas *mid-range*, mengetahui faktor yang mempengaruhi tingkat loyalitas dan menganalisis cara untuk meningkat loyalitas. Pangsa pasar *smartphone* Samsung secara global menduduki peringkat pertama sebagai merk *smartphone* dengan penjualan terbanyak. Namun, hal ini berbanding terbalik dengan yang terjadi di Indonesia dimana pangsa pasar Samsung telah digeser oleh *smartphone* Tiongkok yaitu OPPO. Banyak pengguna *smartphone* di Indonesia yang lebih memilih merek Tiongkok karena harga yang lebih murah, variasi yang lebih banyak, kemudahan penggunaan dan adanya trend. Penelitian ini menggunakan elaborasi teori analisis tingkat loyalitas oleh Kotler dan Keller, Markov Chain, dan *Quality Function Deployment*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Analisis data didasarkan pada kuesioner online dengan responden dipilih secara terencana (*purposive sampling*). Responden dalam penelitian ini sebanyak 97 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengguna *smartphone* Samsung memiliki tingkat loyalitas dengan gabungan antara like the brand dan switcher dengan faktor dominan pemilihan *smartphone* merek Samsung adalah brand image perusahaan Samsung itu sendiri, spesifikasi produk yang lebih canggih dan harga yang murah. Frekuensi perpindahan yang dominan terjadi pada masa 6 – 9 bulan penggunaan sebanyak 37 responden dan 3-6 bulan masa penggunaan sebanyak 18 responden. Hasil turn-in market share pada periode ke-16 adalah Samsung sebesar 5,4%, Oppo sebesar 42%, Vivo sebesar 4,5%, Xiaomi sebesar 20,5% dan Apple sebesar 27,4%. Apabila membandingkan turn-in market share Samsung pada periode pertama dan dalam keadaan equilibrium akan didapatkan penurunan sebesar 80,1% penggunaannya pada masa 4 tahun mendatang.

Kata Kunci: Analisis Tingkat Loyalitas, Markov Chain, Quality Function Deployment, Smartphone Samsung



*CUSTOMER LOYALTY DESIGN OF SAMSUNG'S MID RANGE SMARTPHONE
CUSTOMER WITH MARKOV CHAIN METHOD & QUALITY FUNCTION
DEPLOYMENT (QFD)*

Name: Frederick Michael Gondo

Industrial Engineering

Contributor:

Dr. Yenny Sari S.T., M.Sc., CQE.

Dr. Drs. Muhammad Rosiawan M.T.

ABSTRACT

This study aims to measure the level of loyalty of Samsung smartphone users in the mid-range class, determine the factors that influence the level of loyalty and analyze ways to increase loyalty. Samsung's global smartphone market share is ranked first as the smartphone brand with the most sales. However, this is inversely proportional to what happened in Indonesia where Samsung's market share has been shifted by Chinese smartphones, namely OPPO. Many smartphone users in Indonesia prefer Chinese brands because of lower prices, more variety, ease of use and trend. This study uses the elaboration of the theory of loyalty level analysis by Kotler and Keller, Markov Chain, and Quality Function Deployment. This study uses a quantitative research method with a descriptive research type. Data analysis was based on an online questionnaire with respondents selected purposively (purposive sampling). Respondents in this study were 97 people. The research results show that Samsung smartphone users have a level of loyalty with a combination of like the brand and switcher with the dominance factor in choosing a Samsung brand smartphone, namely the brand image of the Samsung company itself, more sophisticated product specifications and low prices. The dominant isolation frequency occurred during the 6-9 months of use by 37 respondents and 3-6 months of use by 18 respondents. The turn-in market share results in the 16th period were Samsung at 5.4%, Oppo at 42%, Vivo at 4.5%, Xiaomi at 20.5% and Apple at 27.4%. When comparing Samsung's turn-in market share in the first period and in an equilibrium state, there will be a decrease of 80.1% of its users in the next 4 years.

Keywords: *Loyalty Level Analysis, Markov Chain, Quality Function Deployment, Samsung Smartphone*

