

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Smartphone banyak orang makin meminati barang ini. Dengan adanya banyak fitur yang di tawarkan membuat barang ini makin diperlukan. Bukan hanya fitur yang mutakhir, proses data yang dilakukan oleh *smartphone* juga berbasis komputer. Di Indonesia perubahannya benar-benar bisa di lihat, perubahan teknologi yang demikian cepat apakah beresiko baik atau tidak. Dalam pemakaiannya *smartphone* bisa disebutkan benar-benar bermanfaat sesuai dengan keperluan yang tepat. Namun barang ini disebutkan tak bermanfaat disaat satu diantara pemakaiannya tak tahu perihal fitur yang ada di dalam *smartphone*. Manusia di masa saat ini harus dituntut selalu untuk ikuti perubahan teknologi yang ada dan senantiasa tahu apa yang tengah berkembang dimasyarakat ini. Menurut hasil studi bertopik " *Getting Mobile Right* " yang diprakarsai oleh *Yahoo* serta *Mindshare*, waktu ini ada seputar 41, 3 juta pemakai *smartphone* serta 6 juta pemakai tablet di Indonesia. Jumlah itu dipercaya akan selalu berkembang dengan cepat terutama dilokasi perkotaan. Juga, pihak *Yahoo* serta *Mindshare* memperkirakan akan ada seputar 103, 7 juta pemakai *smartphone* serta 16, 2 juta pemakai *tablet* di Indonesia pada tahun 2017 yang akan datang. " Indonesia adalah *market share* piranti *mobile* yang benar-benar masif. Posisinya sejajar dengan India. Seputar 80% dari orang-orang perkotaan di Indonesia serta India mempunyai

piranti mobile, khususnya *smartphone*, " tutur *Business Planning Mindshare Asia Pacific*, Deepika Nikhilender, pada konferensi pers hasil studi " *Getting Mobile Right* " di Jakarta.¹

1. Jenis-jenis *Smartphone*

a. *Smartphone iOS*

iOS merupakan sistem operasi dari *Apple Inc.* khusus untuk *smartphone* keluaran *Apple* juga, yaitu *iPhone*. Pertama kali di rilis di bulan Juni 2007 bersamaan dengan keluarnya *iPhone* pertamakali. Hingga saat ini cukup banyak seri *iOS* yang telah di keluarkan dan yang terakhir adalah *iOS 8*, dirilis September 2014 kemarin untuk *smartphone* terbaru *Apple*, yaitu *iPhone 6* dan *iPhone 6 plus*. Tak diragukan lagi kecanggihannya *iOS 8* dengan *iPhone 6*-nya. Fitur yang di tawarkan sistem operasi ini diantaranya, *Shazam* yang terintegrasi dengan *Siri*, *HealthKit* dan *HomeKit* dengan tetap mempertahankan kelebihan yang ada pada *iOS 7*. Untuk aplikasinya dapat di unduh di *Apple's App Store* baik yang gratis maupun yang bayar dan seperti biasa, sangat *user friendly*. *Apple's iOS* dianggap sistem operasi yang *exclusive* karena tidak boleh dipergunakan oleh produk *smartphone* merk lain selain *smartphone* buatan *Apple* sendiri.²

¹ <http://radicalducati.co.id/2014/03/perkembangan-smartphone-di-indonesia.html> (Diakses tanggal 21 Februari 2016 pukul 21.00)

² <https://de-teknologi.com/2015/03/jenis-jenis-os-smartphone/> (Diakses tanggal 21 Februari 2016 pukul 21.15)

b. *Smartphone Android*

Smartphone yang berbasis *Android* sangat banyak, karena sistem operasi *Android* ini gratis dan *open source* sifatnya. *Android* diciptakan oleh *Google* dan bekerja dengan *Google* produk seperti *Gmail*, *Google Drive* dan *Google Search*. Andapun tanpa akun *Gmail*, *smartphone* yang berbasis *Android* tetap bisa di fungsikan, namun akan lebih baik jika menggunakan akun *Gmail*. Pertamakali dirilis pada September 2008 dengan nama *Astro*, dan *smartphone* pertama berbasis android adalah *HTC Dream* yang dirilis pada Oktober 2008. Kemudian versi selanjutnya dari *Android* ini berturut-turut adalah *Bender*, *Cupcake*, *Donut*, *Éclair*, *Froyo*, *Gingerbread*, *Honeycomb*, *Ice Cream Sandwich*, *Jelly Bean* dan terakhir adalah *Kitkat*. Pada tahun 2010 *Google*-pun ikut merilis *gadget* seri *Nexus*. Deretan *Smartphone* dan *Tablet* yang berbasis sistem operasi *Android* hasil bekerjasama dengan produsen-produsen ternama. Seperti *smartphone* pertama besutan *Google* adalah *Nexus One*, hasil kerjasama dengan *HTC*. Aplikasi-aplikasinya tersedia di *Google Play Store* dan banyak gratisnya. *Smartphone* yang berbasis *Android* diantaranya, *Samsung Galaxy*, *Sony*, *LG*, *Asus* dan lain-lain. Karena sifatnya yang *open source*, terdapat banyak aplikasi unik dan menarik tergantung kreatifitas dari masing-masing produsen *smartphone*.³

³ Ibid

c. *Smartphone Windows Phone*

Windows Phone merupakan sistem operasi dari *Microsoft* untuk *smartphone*, sebagai pengganti dari sistem operasi pendahulunya, yaitu *Windows mobile*. Ciri khas dari *Windows phone* adalah penggabungan dari *Onedrive* (untuk *Microsof Exel dan Outlook*) *Xbox* dan *Bing* di dalam sistem operasinya. Juga terdapat *Live Tiles*, yang merupakan fitur utama pada *Windows 8 PC*, yang akan selalu meng-*update* anda secara real time tentang berita, cuaca bahkan acara TV. Seperti halnya *iPhone*, *Windows Phone* pun memiliki asisten pribadi digital yang dinamakan *Cortana*, yang dapat membantu anda menghindari jalur lalulintas yang padat, pengingat hari Ulang tahun dan sebagainya. Pengguna utama dari *OS windows phone* ini adalah *Nokia Lumia*. *Software* aplikasi untuk *Windows Phone* dapat diunduh di *Windows's Phone App Store*. Sistem operasi *Windows Phone* yang terakhir adalah ***Windows 10 (mobile)*** yang dirilis 2015 kemarin. Dengan dirilisnya *Windows 10* ini, *microsoft* ingin menghapus penggunaan nama *Windows Phone* dan menggantinya dengan nama *Windows 10* saja sama seperti nama *Windows 10* untuk *PC*. Sebenarnya ini merupakan bagian dari strategi *Microsoft* agar kita beralih ke *smartphone* berbasis *Windows 10*. Alasan *Microsoft* masuk akal. Kebanyakan *Laptop* dan *PC* semuanya berbasis *Windows*. Dan kita sudah sangat familiar dengan sistem operasi *windows*. Jika *handset* kita atau *smartphone* kita juga berbasis *windows*, tentu akan lebih

memudahkan kita. Mungkin ini yang dimaksud *Microsoft*. Seperti apa *smartphone* berbasis *Windows 10*, kita tunggu saja.⁴

d. *Blackberry OS*

Blackberry OS diciptakan oleh *RIM (Research In Motion)* dan pertama kali dirilis pada tahun 1999. *RIM* mengembangkan sistem operasi ini untuk *smartphone Blackberry* nya. *Blackberry OS* berbeda dari sistem operasi lain. Ciri khas nya yaitu memiliki *trackball* untuk pindah menu dan *keyboard qwerty*. Namun pada perkembangannya *Blackberry* pun merilis perangkat yang murni *touchscreen* seperti *Blackberry Z10* misalnya. Seperti halnya *Apple*, *Blackberry OS* merupakan sistem operasi yang eksklusif khusus untuk *smartphone Blackberry* saja. Produsen atau merk *smartphone* lain dilarang menggunakan sistem operasi *Blackberry* ini. Keluaran terbaru dari sistem operasi ini adalah *Blackberry 10* yang diperkenalkan pada Januari 2013 dan digunakan dalam *Blackberry Z10, Q10, Z30, Z3, Q5*. Dan sampai saat ini versi terakhir dari sistem operasi *Blackberry* adalah versi 10.3.1.⁵

e. *Symbian OS*

Symbian OS secara resmi adalah milik *Nokia*. Ini berarti perusahaan lain harus izin dari *Nokia* sebelum menggunakan sistem operasi ini. Sejak *Symbian* digunakan oleh banyak ponsel dari berbagai produsen beberapa tahun yang lalu, *Nokia* telah menjadi raksasa untuk ponsel

⁴ Ibid

⁵ Ibid

menengah bawah. *Symbian* juga sangat populer di kalangan nokia ponsel *dual sim*. *Symbian ANNA* dan *BELLE* adalah dua *update* terbaru yang saat ini digunakan di *smartphone* Nokia. Secara keseluruhan, *OS Symbian* ini performanya sangat baik dan sangat *user-friendly*. Sayangnya, grafik permintaan *Symbian OS* terus menurun seiring meningkatnya popularitas *Android* dan *iOS*.⁶

Lenovo merupakan perusahaan komputer yang ternama. Perusahaan ini bahkan dianggap sebagai produsen terbesar di Cina. Tahun 2013, perusahaan ini bahkan dianggap sebagai produsen komputer terbesar di dunia. Perusahaan yang bermarkas di Beijing ini pada awalnya merupakan perusahaan kecil. Untuk mengetahui **sejarah Lenovo**, maka harus melihat dulu ketika perusahaan ini tidak bernama Lenovo. Benar sekali, pada awal berdirinya, Lenovo bukanlah nama pertama. Perusahaan komputer ini dulunya bernama *Legend* (dalam bahasa Cina, Lianxiang). Perusahaan ini didirikan pada tahun 1984 oleh Liu Chuanzi bersama sepuluh orang lainnya. Menariknya, ketika didirikan, perusahaan ini hanya memiliki modal kecil. Uniknya pula, *Legend* saat itu bermarkas di sebuah ruang satpam. Perusahaan *Legend* pada awalnya memulai bisnis komputernya secara perlahan. Kemudian seiring berjalannya waktu, perusahaan ini semakin dikenal di Cina. Perusahaan *Legend* kemudian tumbuh besar. Perusahaan ini semakin menanjak ketika negara Cina mulai bergabung dengan Organisasi Perdagangan Dunia atau *WTO*. Dan pada tahun 2004, Liu Chuanzi mengganti

⁶ Ibid

nama perusahaan ini menjadi Lenovo. Pergantian nama ini pun menjadi keberuntungan sendiri. Tahun 2004 bisa dikatakan menjadi tonggak sejarah Lenovo di mata internasional. Hal ini karena pada tahun tersebut, Lenovo sukses masuk ke posisi delapan sebagai produsen *PC* terbesar di dunia. Mengakuisisi *IBM*, tahun berikutnya menjadi catatan sejarah Lenovo yang cukup menjadi sorotan. Perusahaan ini kemudian menjadi bahan pembicaraan internasional setelah sukses mengambil alih divisi komputer *IBM*, perusahaan terkemuka di Amerika. Dengan bergabungnya unit *PC IBM* di bawah Lenovo membuat perusahaan ini semakin dikenal, Lenovo pun kemudian mulai terdengar namanya sebagian produsen *server*, komputer genggam, perangkat pencitraan, dan telepon genggam terbaik. Perusahaan ini pun memiliki tujuan agar bisa dikenal sebagai produsen *PC* terbesar. Didirikannya markas kedua perusahaan ini Amerika membuat perusahaan ini semakin melebarkan sayapnya. Tahun 2005-2009, Lenovo mengalami masa yang cukup baik. Akuisisi dengan *IBM*, berpengaruh pada sektor penjualan komputer yang cukup meningkat. Terutama untuk produk Lenovo Thinkpad, laptop tangguh besutan Lenovo dan *IBM*. Lenovo pun juga membukukan penjualan yang cukup baik untuk sektor lainnya. Pergantian *CEO*, Februari 2009, barangkali merupakan awal catatan sejarah Lenovo yang cukup suram. Perusahaan ini mengalami fase sulit karena persaingan komputer yang sangat ketat saat itu. Perkembangan perangkat *Mobile* seperti *tablet* dan *smarphone* yang semakin populer cukup berpengaruh pada penjualan laptop Lenovo. Namun, masa ini dilewati dengan mudah oleh Liu Chuanzi sebagai *CEO* Lenovo. Saat itu pun

Liu Chuanzi melepas jabatannya sebagai *CEO* Lenovo. Tonggak kepemimpinan Lenovo pun dipegang oleh Yang Yuanqing. Membaiknya kondisi Lenovo dari masa sulit serta pergantian kepemimpinan merupakan langkah besar bagi masa depan Lenovo. Yang Yuanqing yang akan dicatat dalam sejarah Lenovo sebagai *CEO* kedua perusahaan tersebut membawa angin baru bagi perusahaan. Dia membuat perubahan dalam tubuh Lenovo sehingga Lenovo kembali berjaya. Hasilnya Lenovo mencatat pendapatan yang cukup baik. Bahkan pada tahun 2013, sejumlah lembaga riset semacam *IDC (International Data Corporation)* dan *Gartner* menyebutkan bahwa pangsa pasar Lenovo semakin meningkat mencapai 17,6. Hal inilah yang kemudian membuat Lenovo dianggap sebagai produsen terbesar di dunia untuk unit bisnis *PC*. Mengakuisisi Motorola *Mobility*, Lenovo memang dianggap sebagai perusahaan terbesar untuk unit *PC*, namun untuk pangsa pasar *Mobile*, perusahaan ini masih kalah. Lenovo pun tidak kehabisan akal. Perusahaan ini mencoba meningkatkan kualitas produk perangkat *Mobile* mereka. Salah satu strateginya yang cukup banyak menyita perhatian dunia adalah membeli Motorola *Mobility*, perusahaan terkemuka yang semenjak tahun 2012 dibeli *Google*. Langkah ini dilakukan Lenovo pada awal tahun 2014. Pembelian Motorola *Mobility* dari *Google* ini merupakan langkah besar dari Lenovo untuk semakin memantapkan diri dalam menghadapi persaingan perangkat *Mobile*, terutama *smartphone* yang semakin ketat. Pembelian

Motorola sendiri merupakan catatan sejarah Lenovo terbesar kedua setelah sembilan tahun lalu mengakuisisi *IBM*.⁷

Kesuksesan Lenovo untuk mengakuisisi Motorola dari *Google* membuat perusahaan asal China ini menjadi produsen *smartphone* terbesar ketiga di dunia. Rabu 29 Januari 2014, *Google* secara resmi mengumumkan telah melepas Motorola pada Lenovo seharga *USD* 2,9 miliar. Penjualan yang dilakukan *Google* ini sendiri masih dibilang jual rugi mengingat dulu *Google* mengakuisisi Motorola seharga *USD* 12,5 miliar pada 2012. Selain berhasil mendapatkan perusahaan Motorola dengan biaya yang tidak begitu besar, dengan gabungan aset serta market share perusahaan Lenovo dan Motorola juga membuat Lenovo menyalip kompetitor lain seperti LG dan Huawei untuk bertengger di posisi ketiga perusahaan *smartphone* terbesar di dunia. Berdasarkan data dari *Strategy Analytic's*, tahun 2013 Lenovo berhasil memperoleh *market share* sebesar 4,6 persen dengan jumlah pengiriman *smartphone* ke pasaran mencapai 45,4 juta unit. Sedangkan Motorola tahun lalu berhasil mendapatkan 1,4 persen *market share* dengan dengan 14 juta *smartphone* berhasil dikirim ke pasaran. Maka dengan bergabungnya dua perusahaan ini, Lenovo dan Motorola (6 persen) akan menyalip *market share* LG (4,8 persen) dan Huawei (4,8 persen). Kedua raksasa baru di dunia gadget ini hanya tertinggal dari Apple di peringkat kedua dan Samsung yang masih setia bertengger di posisi pertama. Namun untuk benar-benar mentasbihkan diri sebagai perusahaan terbesar ketiga dunia, Lenovo harus menyelesaikan

⁷ <http://www.plimbi.com/news/152682/sejarah-lenovo> (Diakses tanggal 12 Mei 2016 pukul 22.30)

beberapa syarat perizinan dan memenuhi regulasi proses akuisisi baik di China maupun Amerika Serikat, sebelum Motorola benar-benar resmi beralih ke tangan mereka.⁸

Konsumen merupakan individu dengan karakteristik yang berbeda-beda. Penilaian yang dirasakan setiap konsumen terhadap suatu produk maupun jasa yang mereka terima tidak sama. Kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dapat mempengaruhi keputusannya dalam membeli suatu produk sehingga suatu perusahaan harus mampu memberikan kualitas yang baik terhadap produk atau jasa yang mereka jual. Menurut Feigenbaum, Pengertian kualitas adalah keseluruhan karakteristik produk dan jasa yang meliputi *marketing, engineering, manufacture* dan *maintenance*, di mana produk dan jasa tersebut dalam pemakaiannya akan sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan.⁹

Produk merupakan salah satu aspek penting dalam variabel *marketing mix*. Produk juga merupakan salah satu variabel yang menentukan dalam kegiatan suatu usaha, karena tanpa produk, suatu perusahaan tidak dapat melakukan kegiatan untuk mencapai hasil yang diharapkan. Banyaknya pesaing dalam dunia bisnis memerlukan suatu produk yang berbeda satu sama lainnya dan atupun sama. Produk suatu perusahaan haruslah memiliki suatu keunggulan ataupun kelebihan dibandingkan produk yang dihasilkan perusahaan lain, dalam hal ini perusahaan pesaing. Pengertian produk

⁸ <http://www.merdeka.com/teknologi/lenovo-sukses-jadi-produsen-smartphone-terbesar-ketiga-dunia.html> (Diakses tanggal 12 Mei 2016 pukul 22.50)

⁹ Feigenbaum. Pengertian Kualitas. 2015 [<http://www.pengertianpakar.com/2015/05/pengertian-kualitas-menurut-pakar.html>] (Diakses tanggal 12 Mei 2016 pukul 23.00)]

menurut Kotler (2015) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan kegiatan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar.¹⁰

Kualitas produk merupakan kecenderungan konsumen untuk menggunakan kualitas dalam memberi penilaian tentang kesesuaian manfaat produk. Penilaian terhadap kualitas pada suatu manfaat produk dikatakan mahal, murah atau sedang dari masing-masing individu tidaklah sama, karena tergantung dari persepsi individu yang dilatarbelakangi oleh lingkungan dan kondisi individu itu sendiri. Pada dasarnya produk adalah segala sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan masyarakat atau konsumen. Bagi perusahaan yang memproduksi suatu produk atau jasa, produk adalah alat atau sarana untuk mencapai sasaran, yaitu keuntungan perusahaan atau tujuan tertentu. Dalam era globalisasi ini, tampaknya masyarakat atau konsumen semakin kritis dalam menilai suatu produk.¹¹

Berdasarkan definisi diatas produk dapat dikatakan sebagai fokus inti dari semua bisnis. Produk adalah apa yang dilakukan perusahaan, mulai dari mendesain, mengadakan sistem produksi dan operasi, menciptakan program

¹⁰ Kotler. Pengertian produk. 2015. <http://surabaya.proxsisgroup.com/pengertian-produk-definisi-kualitas-produk-dan-dimensi-kualitas-produk/> (Diakses tanggal 26 Januari 2017 pukul 23.38)

¹¹ Ibid

pemasaran, sistem distribusi, iklan dan mengarahkan tenaga penjual untuk menjual produk tersebut. Menurut Kotler & Keller¹² dalam merencanakan penawaran suatu produk, pemasar harus memahami lima tingkat produk, yaitu:

- a. Tingkat dasar adalah manfaat inti (*Core Benefit*), layanan atau manfaat pelanggan benar-benar membeli. Seorang tamu Hotel adalah membeli istirahat dan tidur. Pembeli bor membeli lubang. Pemasar harus melihat diri mereka sebagai penyedia manfaat.
- b. Pada tingkat kedua, pemasar harus mengubah manfaat inti (*Core Benefit*) menjadi produk dasar (*Basic Product*). Jadi kamar hotel mencakup tempat tidur, kamar mandi, handuk, meja, lemari, dan lemari.
- c. Pada tingkat ketiga, pemasar menyiapkan produk yang diharapkan (*Expected Product*), satu set atribut dan kondisi pembeli biasanya harapkan ketika mereka membeli produk ini. Para tamu hotel minimal mengharapkan tidur yang bersih, handuk segar, lampu bekerja, dan tingkat relatif tenang.
- d. Pada tingkat keempat, pemasar menyiapkan produk pelengkap (*Augment Product*) yang melebihi harapan pelanggan. Di negara maju, brand positioning dan kompetisi berlangsung pada tingkat ini. Dalam mengembangkan dan pasar negara berkembang seperti India dan

¹² Kotler, Philip & Kevin Lane Keller, Marketing Management, 15th Edition (New Jersey: Pearson International Edition, 2016) p. 389-390

Brazil, bagaimanapun, kompetisi berlangsung sebagian besar di tingkat produk yang diharapkan.

- e. Pada tingkat kelima berdiri produk potensial (*Potential Product*), yang meliputi semua augmentations mungkin dan transformasi produk atau penawaran mungkin menjalani di masa depan. Berikut perusahaan mencari cara baru untuk memuaskan pelanggan dan membedakan penawaran mereka.

Kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat (benefits) bagi pelanggan. Dimensi kualitas produk menurut Tjiptono (2008) adalah:

- a. Performance (kinerja), berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk.
- b. Durability (daya tahan), yang berarti berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya produk.
- c. Conformance to specifications (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya cacat pada produk.
- d. Features (fitur), adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.

- e. Reliability (reliabilitas), adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.
- f. Aesthetics (estetika), berhubungan dengan bagaimana penampilan produk.
- g. Perceived quality (kesan kualitas), sering dibidang merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan.¹³

Dalam penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian pada produk *smartphone* lenovo, terutama membahas apakah konsumen *smartphone* lenovo pada mahasiswa S1 dan D3 FE UNJ puas dengan kualitas yang diberikan oleh produsen. Dengan itu penulis mengambil judul

“PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SMARTPHONE LENOVO (STUDI PADA MAHASISWA S1 & D3 FE UNJ)”

¹³ Tjiptono. Dimensi kualitas produk. 2008. <http://surabaya.proxsisgroup.com/pengertian-produk-definisi-kualitas-produk-dan-dimensi-kualitas-produk> (Diakses tanggal 26 Januari 2017 pukul 23.49)

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini antara lain.

1. Apakah konsumen *smartphone* lenovo pada mahasiswa S1 dan D3 FE UNJ puas dengan kualitas yang diberikan oleh produsen?
2. Untuk mengetahui seberapa besar hubungan kualitas produk (*product quality*) terhadap kepuasan konsumen (*customer satisfaction*) produk *smartphone* Lenovo.

C. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan Penulisan

- a) Untuk menganalisis kepuasan konsumen *smartphone* lenovo pada mahasiswa S1 dan D3 FE UNJ dengan kualitas yang diberikan oleh produsen.
- b) Untuk menganalisis hubungan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pemakai *smartphone* lenovo.

2. Manfaat Penulisan

Dari observasi ini diharapkan dapat bermanfaat serta memberikan kontribusi bagi penulis, Universitas Negeri Jakarta (UNJ), khususnya Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi (FE), dan pembaca secara umum.

a. Bagi Penulis

Merupakan kesempatan untuk menerapkan ilmu yang didapatkan dari bangku kuliah dan menambah wawasan yang terjadi secara nyata disuatu lingkungan tertentu.

b. Bagi Universitas

Sebagai pelengkap arsip karya ilmiah Universitas yang dibuat oleh mahasiswa dalam bidang ilmu pemasaran sebagai tambahan referensi di perpustakaan.

c. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini di harapkan juga bisa menambah bahan informasi dan referensi penulis lain yang akan menyusun karya Ilmiah atau sebagai wacana.