

## COMPARISON OF SAMSUNG MOBILE AND IPHONE MOBILE: FEATURES, PERFORMANCE, PERSPECTIVE FOR CONSUMEN

Dian Sudiantini<sup>1</sup>, Andi Icha Halifah Rahma<sup>2</sup>, Najwa Andini<sup>3</sup>, Nasywa Tazqiya Ramadani<sup>4</sup>, Refalina Indah Lestary<sup>5</sup>, Yusuf Rahman Maulana<sup>6</sup>

dian.sudiantini@dsn.ubharajaya.ac.id<sup>1</sup>, andiichahalifahrahma@gmail.com<sup>2</sup>, najwaandini21@gmail.com<sup>3</sup>, trnasywa@gmail.com<sup>4</sup>, refalinaindah2@gmail.com<sup>5</sup>, yusufrm354@gmail.com<sup>6</sup>

Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh citra merek, harga dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian iPhone. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian kausal. Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen masyarakat Indonesia yang menggunakan smartphone dengan merek Iphone & Samsung. Sedangkan objek dalam penelitian ini adalah citra merek (X1), harga (X2), gaya hidup (X3) dan keputusan pembelian (Y). Populasi dalam penelitian ini adalah setengah dari masyarakat Indonesia. Banyaknya populasi dalam penelitian ini, maka untuk memudahkan dalam pengumpulan data, perlu diambil sampel penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, dianalisis dengan menggunakan teknik regresi linier berganda, dan berbagai macam sumber daya yang tersedia di bidang teknologi yang relevan lainnya. Hasil penelitian menemukan hasil penelitian menemukan bahwa secara simultan citra merek, harga dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, bahwa citra merek dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** citra merek, harga, gaya hidup, keputusan pembelian iPhone & Samsung.

### ABSTRACT

*This research aims to examine the effect of brand image, price and lifestyle on iPhone purchasing decisions. The research design used in causal research. The subjects in this study were Indonesian people consumers who use smartphones with the Iphone & Samsung brand. While the objects in this study are brand image (X1), price (X2), lifestyle (X3) and purchasing decisions (Y). The population in this study were a half of Indonesian people. There are so many populations in this study, to facilitate data collection, it is necessary to take research samples. The data collection technique used in this study was a questionnaire, analyzed using multiple linear regression techniques, and a wide variety of resources available in other relevant areas of technology. The results of the study found the results of the study found that simultaneously brand image, price and lifestyle have a significant effect on purchasing decisions, that brand image and lifestyle had a significant effect on purchasing decisions, while price had no significant effect on purchasing decisions.*

**Keywords:** brand image, price, lifestyle, iPhone & Samsung purchasing decisions.

### PENDAHULUAN

Semakin berkembangnya teknologi saat ini telah menjadi bagian kehidupan sehari-hari manusia, baik itu pekerjaan, hiburan, maupun komunikasi. Hal ini tidak dapat dipungkiri karena manusia tidak dapat hidup sendiri dan merupakan makhluk sosial yang saling membutuhkan dalam kehidupan sehari-hari. Kebutuhan untuk berkomunikasi satu sama lain dan memperoleh informasi dengan cepat telah meningkat pesat. Internet memudahkan orang untuk terhubung dengan segala sesuatu didunia ini.

Salah satu perangkat yang memungkinkan komunikasi dan akses internet adalah smartphone. Perangkat smartphone berbeda dengan ponsel yang hanya berfungsi untuk melakukan panggilan dan mengirim pesan singkat. Karena, smartphone adalah perangkat ponsel pintar engan fitur standar ponsel dan berbagai fitur canggih seperti

browser web, email, whatsapp, Instagram, line, kamera, perekam video, pemutar audio dan video, penyimpanan data, game play, dll.

Secara umum, tujuan pembelian smartphone adalah untuk mendukung dan mempermudah aktivitas sehari-hari serta untuk mendapatkan reputasi yang menyenangkan pemiliknya. Seiring dengan meningkatnya permintaan konsumen terhadap produk smartphone, produsen, supplier smartphone berlomba-lomba menciptakan lini produk yang memenuhi kebutuhan konsumen sekaligus meyakinkan konsumen untuk membeli produknya. Sebuah Perusahaan harus memiliki keunggulan bersaing. Hal ini sangat tergantung pada kemampuan Perusahaan untuk menawarkan nilai yang lebih besar dari para pesaingnya. Oleh karena itu, bisnis perlu memahami apa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen untuk membuat Keputusan pembelian atas produk.

Apple inc merupakan Perusahaan yang bergerak dibidang hardware dan software, hardware yang produksi oleh Apple adalah iPhone. iPhone adalah smartphone pertama yang di produksi oleh Apple, diluncurkan pada 2007. Seperti yang ditunjukkan oleh pasar Indonesia, iPhone dengan spesifikasi dan fitur yang lebih lengkap banyak dinikmati Masyarakat Indonesia dari kalangan anak muda hingga dewasa dan Apple merupakan salah satu brand yang penjualannya terus meningkat.

Samsung merupakan Perusahaan yang membuat perangkat elektronik terbesar di dunia dan merupakan ikon dari Samsung Grup yang merupakan konglomerasi terbesar di Korea Selatan. Samsung dimulai sejarahnya pada tahun 1938 awalnya sebagai Perusahaan trading, mengirimkan ikan kering dan buah-buahan yang didirikan oleh Lee Byung-Chul. Samsung pertama kali mengeluarkan handphone pada tahun 90-an. Samsung Grup mengeluarkan mobile phone (handphone) berawal mengikuti perkembangan jaman yang menarik pasar dunia. Mawston (2011: 17) mengatakan pertumbuhan Samsung yang mengesankan disebabkan oleh design ponsel yang menarik, fitur yang canggih, dan penggunaan system android serta jaringan distribusi yang luas secara global.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian komparatif yang Dimana jenis penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan informasi tentang suatu fenomena atau situasi dengan mengumpulkan data dari berbagai sumber dan membandingkan dua atau lebih objek, atau konsep untuk mengevaluasi perbedaan dan kesamaan di antara mereka.

Dalam penelitian komparatif, peneliti harus mempertimbangkan beberapa factor seperti spesifikasi teknis, fitur-fitur, harga, kelebihan dan kekurangan masing – masing objek yang diteliti.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Samsung Galaxy S23 dan Iphone 14 memiliki keunggulan masing-masing. Tetapi, setelah dilihat Kembali bahwa Samsung Galaxy S23 lebih unggul. Sehingga hasil perbandingannya bisa dilihat sebagai berikut :

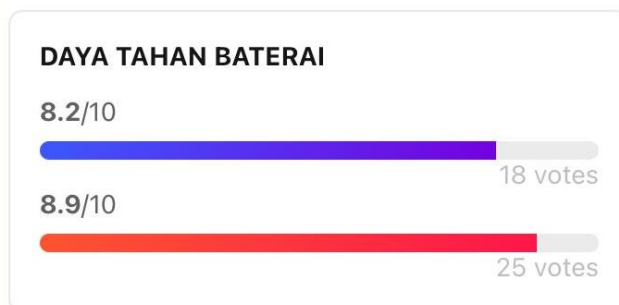
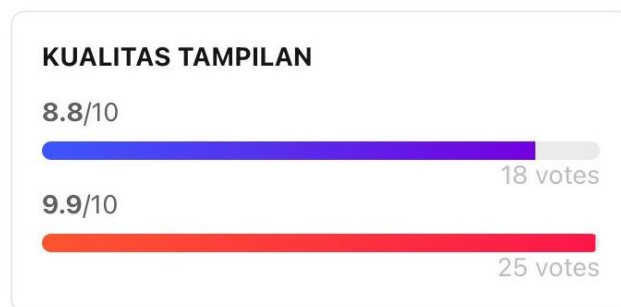
- Daya baterai Samsung Galaxy S23 18.94 lebih kuat
  - 3900 mAh
- RAM Samsung Galaxy S23 2GB lebih besar
  - 8GB
- Samsung Galaxy S23 memiliki megapiksel kamera utama 3x lebih besar
  - 50 MP & 12 MP & 10 MP
- CPU speed 41.67% lebih cepat
  - 1 x 3.2 GHz & 3 x  $\sqrt{\text{GHz}}$

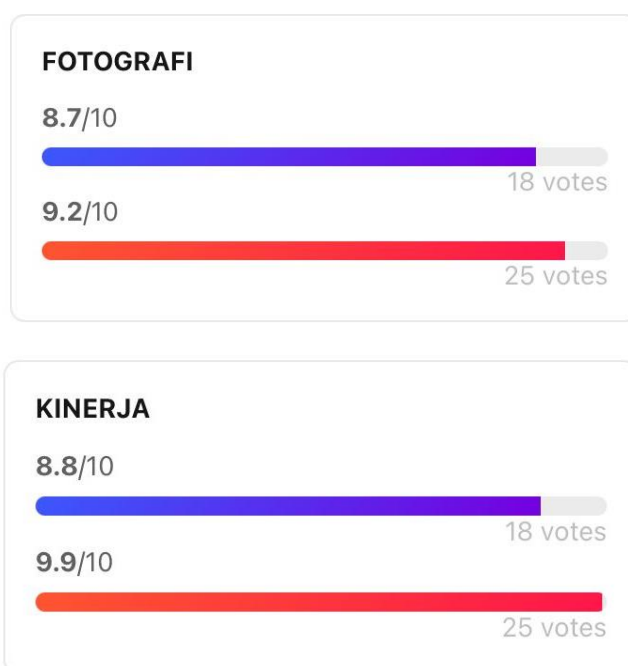
- Samsung Galaxy S23 memiliki pemindai sidik jari
- Versi Wi-Fi
  - *Wi-Fi 4 (802.11n), Wi-Fi 6E (802.11 ax), Wi-Fi 6 (802.11ax), Wi-Fi 5 (802.11ac)*
- Samsung Galaxy S23 memiliki sistem mendownload 33.33% lebih cepat
  - *10000 MBits/s*
- Samsung Galaxy S23 memiliki mikrofon 1 buah lebih banyak
  - *3*

❖ Hasil Perbandingan Berdasarkan Ulasan Pengguna



- **Fitur**





## KESIMPULAN

Penelitian ini membandingkan Samsung Galaxy S23 dan iPhone 14 dalam hal fitur, performa, dan perspektif konsumen. Hasilnya menunjukkan bahwa Samsung Galaxy S23 memiliki keunggulan dalam beberapa aspek seperti daya baterai, RAM, kamera, kecepatan CPU, pemindai sidik jari, versi Wi-Fi, kecepatan sistem mendownload, dan jumlah mikrofon. Di sisi lain, iPhone 14 menonjol dengan desain elegan, kinerja unggul, dan kamera yang ditingkatkan. Keputusan antara kedua ponsel bergantung pada preferensi pribadi dan ekosistem yang diinginkan, dengan brand image dan gaya hidup memainkan peran penting dalam keputusan pembelian, sementara harga tidak begitu berpengaruh.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh citra merek, harga, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian iPhone. Hasil penelitian menemukan bahwa secara simultan citra merek, harga, dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun, citra merek dan gaya hidup memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan harga tidak berpengaruh signifikan.

Dalam perbandingan fitur dan kinerja antara Samsung Galaxy S23 dan iPhone 14, Samsung Galaxy S23 memiliki beberapa kelebihan seperti daya baterai lebih kuat, RAM lebih besar, dan kamera utama dengan resolusi tinggi. Sementara iPhone 14 memiliki kelebihan seperti resolusi layar lebih tinggi, pembaruan OS langsung, dan ketahanan air lebih baik.

Dalam penjualan, Samsung Galaxy S23 berhasil menjadi merek dengan produk paling banyak terjual pada kuartal pertama 2023, walaupun Apple memiliki persentase pangsa pasar yang lebih tinggi. Pilihan antara keduanya tetap tergantung pada preferensi pribadi dan ekosistem yang diinginkan (Android vs. iOS).

Dalam sintesis, penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek dan gaya hidup memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian iPhone, sedangkan harga tidak berpengaruh. Samsung Galaxy S23 memiliki beberapa kelebihan fitur dan kinerja dibandingkan iPhone 14, tetapi penjualan iPhone 14 tetap lebih tinggi. Pilihan antara keduanya tergantung pada preferensi pribadi dan ekosistem yang diinginkan.

## Daftar Pusaka

<https://depokraya.pikiran-rakyat.com/hiburan-gaya-hidup/pr-3297633345/bingung-pilih-samsung-atau-apple-iphone-ini-ulasan-perbandingan-keduanya?page=all>

<https://www.scribd.com/document/332798958/APPLE-vs-Samsung>

<https://jeneponto.terkini.id/2023/12/30/kelebihan-dan-kekurangan-iphone-14-terbaru-apa-saja/>

<https://depokraya.pikiran-rakyat.com/hiburan-gaya-hidup/pr-3297633345/bingung-pilih-samsung-atau-apple-iphone-ini-ulasan-perbandingan-keduanya?page=all>

<https://www.scribd.com/document/332798958/APPLE-vs-Samsung>

<https://jeneponto.terkini.id/2023/12/30/kelebihan-dan-kekurangan-iphone-14-terbaru-apa-saja/>

<https://www.blibli.com/friends/blog/perbandingan-samsung-galaxy-s23-vs-iphone-14-05/>

<https://carisinyal.com/kelebihan-dan-kekurangan-iphone-14/>

<https://versus.com/id/apple-iphone-14-vs-samsung-galaxy-s23>