

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN KARAKTERISTIK RESPONDEN

2.1 Gambaran Umum Perusahaan Samsung

2.1.1 Sejarah Perkembangan Samsung

Perusahaan Samsung, didirikan oleh Lee Byung-chul pada tahun 1938, awalnya merupakan toko perdagangan kecil yang fokus pada barang-barang lokal. Pada tahun 1950-an, Samsung mulai berkembang ke sektor industri, termasuk konstruksi dan asuransi, didorong oleh pemerintah Korea Selatan untuk pertumbuhan ekonomi. Pada dekade 1960-an, Samsung memasuki industri elektronik dengan memproduksi peralatan rumah tangga dan kemudian melangkah ke sektor teknologi informasi dengan memproduksi produk semikonduktor pada tahun 1970-an. Pada tahun 1980-an, Samsung sudah memproduksi perangkat telekomunikasi, yang berkembang menjadi manufaktur faks dan telepon. Transformasi besar terjadi pada tahun 1990-an dengan fokus pada teknologi digital, menjadikan Samsung produsen terkemuka dalam produksi chip memori dan perangkat penyimpanan. Produk-produk Samsung seperti kulkas, printer, dan TV-LCD menjadi kebutuhan di setiap rumah, dan kesuksesannya terus berlanjut dengan diversifikasi bisnis ke sektor peralatan rumah tangga cerdas, layanan keuangan, dan teknologi energi.

Dalam industri smartphone, Samsung mulai mendominasi pasar global dengan peluncuran seri Galaxy pada tahun 2010. Produk-produk ini terkenal

dengan inovasi teknologi dan desain yang canggih, yang membuat mereka cepat populer di kalangan konsumen. Pada tahun 2013, Galaxy S4 menjadi salah satu perangkat terpopuler di dunia. Samsung terus memimpin pasar *smartphone* dengan inovasi berkelanjutan, seperti pengenalan layar fleksibel dan perangkat pintar terhubung. Keberhasilan ini mencerminkan kemampuan Samsung untuk beradaptasi dan memimpin tren teknologi, memperkuat posisinya sebagai salah satu produsen *smartphone* terbesar dan paling berpengaruh di dunia.

2.1.2 Visi dan Misi Samsung

1) Visi

Visi Samsung adalah menjadi pemimpin global dalam berbagai industri dengan fokus pada inovasi dan teknologi yang membentuk masa depan. Samsung bertujuan untuk menghadirkan produk-produk berkualitas tinggi dan solusi teknologi terdepan yang memenuhi kebutuhan pelanggan melalui penelitian dan pengembangan yang intensif. Dengan perangkat keras dan lunak yang terintegrasi, Samsung berambisi menciptakan gaya hidup digital yang terhubung dan efisien. Pada tahun 2019, Samsung mengumumkan visi CSR barunya, "Together for Tomorrow! Enabling People," yang mencerminkan komitmen perusahaan terhadap tanggung jawab sosial. Inti visi ini adalah "everyday sustainability," yang mendorong praktik manufaktur berdampak minimal, pengurangan jejak karbon, dan pembuangan produk yang bertanggung jawab, serta menciptakan pengalaman konsumen yang lebih berkelanjutan.

2) Misi

Samsung memiliki misi untuk menjadi organisasi global terkemuka dalam inovasi dan teknologi, dengan fokus pada produk dan layanan yang memenuhi kebutuhan serta harapan pelanggan. Berkomitmen memberikan nilai tambah berkelanjutan, Samsung memastikan produknya memenuhi standar kualitas tertinggi dan mendefinisikan tren baru di pasar teknologi. Dengan memadukan keunggulan inovatif dan dedikasi terhadap kepuasan pelanggan, Samsung berusaha memperkuat posisinya sebagai pemimpin industri yang mampu memberikan solusi teknologi terdepan di berbagai sektor. Selain itu, Samsung mematuhi hukum dan peraturan setempat, menerapkan kode etik global yang ketat, dan berkontribusi positif terhadap masyarakat dan lingkungan melalui praktik bisnis berkelanjutan.

2.1.3 Logo Perusahaan

Logo adalah simbol yang digunakan untuk mewakili perusahaan, merek, atau entitas, menciptakan identitas visual yang mudah diingat dan membedakan bisnis dari yang lain. Dengan perpaduan bentuk, warna, dan elemen desain, logo menyampaikan nilai, visi, atau pesan dari entitas yang diwakilinya, membangun kesan positif, meningkatkan kesadaran merek, dan membantu membedakan produk atau layanan di pasar.

The image shows the Samsung logo, which consists of the word "SAMSUNG" in a bold, blue, sans-serif font. The letters are evenly spaced and centered within a light gray rectangular background.

Gambar 2. 1 Logo Samsung
Sumber : Samsung.com

Logo Samsung berupa nama merek "Samsung" dalam huruf Latin, yang mulai digunakan pada 2005 untuk mengekspresikan tampilan dan nuansa kontemporer. Kata "Samsung" bermakna tiga bintang, yang dalam bahasa dan adat Korea menggambarkan sesuatu yang besar dan kuat. Warna biru pada logo melambangkan kepercayaan, profesionalisme, dan keandalan, menciptakan citra teknologi yang handal dan terkemuka.

2.1.4 Produk *Smartphone* Samsung

1) Samsung Galaxy A Series



Gambar 2. 2 Samsung A71 (Galaxy A Series)

Samsung Galaxy A series adalah rangkaian smartphone yang ditujukan untuk segmen menengah, menggabungkan fitur canggih, desain menarik, dan harga terjangkau. Setiap model dalam seri ini dilengkapi dengan layar berkualitas

tinggi, kamera mumpuni, dan daya tahan baterai yang memadai, menjadikannya pilihan ideal bagi pengguna yang mencari performa baik tanpa mengeluarkan biaya besar. Fitur tambahan seperti pemindai sidik jari dan pengenalan wajah sering hadir untuk meningkatkan keamanan, sementara dukungan dari ekosistem Samsung memastikan integrasi yang mulus dengan produk dan layanan lainnya. Galaxy A series tidak hanya menawarkan pengalaman pengguna yang optimal tetapi juga nilai yang solid dalam kategori smartphone menengah.

2) Samsung Galaxy J Series



Gambar 2. 3 Samsung J4+ (Galaxy J Series)

Samsung Galaxy J series adalah rangkaian *smartphone* yang menyasar pasar entry-level hingga menengah dengan penekanan pada nilai harga yang kompetitif dan fitur dasar yang memadai. Seri ini memberikan pilihan luas bagi pengguna yang mencari *smartphone* sehari-hari dengan biaya terjangkau, dilengkapi dengan layar yang besar, kamera yang memadai, dan kapasitas baterai yang cukup. Desain simpel dan fungsional Galaxy J series cocok bagi pengguna yang mengutamakan performa stabil tanpa fitur canggih. Dengan harga yang ekonomis, seri ini menjadi pilihan populer untuk pengguna pertama kali atau sebagai perangkat kedua.

3) Samsung Galaxy M Series



Gambar 2. 4 Samsung M62 (Galaxy M Series)

Samsung Galaxy M series adalah smartphone yang menargetkan pasar entry-level hingga menengah dengan penekanan pada performa handal, daya tahan baterai luar biasa, dan harga terjangkau. Seri ini menawarkan pilihan beragam untuk pengguna yang mencari kombinasi fitur, kinerja, dan nilai sesuai dengan anggaran mereka. Ponsel dalam seri ini biasanya dilengkapi dengan baterai berkapasitas besar yang dapat bertahan seharian penuh, layar berkualitas tinggi, dan kamera memadai untuk fotografi sehari-hari. Galaxy M series sering hadir dengan desain modern dan ergonomis, membuatnya nyaman digunakan untuk berbagai aktivitas, menjadikannya pilihan ideal bagi pengguna yang menginginkan smartphone andal tanpa harus mengeluarkan banyak biaya.

4) Samsung Galaxy Note Series



Gambar 2. 5 Samsung Note 5 (Galaxy Note Series)

Samsung Galaxy Note series adalah rangkaian ponsel pintar premium yang menonjol dengan stylus S Pen, memungkinkan pengguna menulis catatan, menggambar, dan menjalankan berbagai fungsi produktivitas dengan presisi tinggi. Dikenal karena layar besar dan kinerja tinggi, seri ini dirancang untuk pengguna yang membutuhkan alat kuat untuk multitasking, kreativitas, dan produktivitas sehari-hari. Ponsel seri ini juga dilengkapi dengan fitur *split-screen* yang memungkinkan menjalankan dua aplikasi secara bersamaan, menjadikannya pilihan utama bagi mereka yang mengutamakan pengalaman produktivitas komprehensif. Dengan desain elegan dan teknologi canggih, seri Galaxy Note terus menjadi simbol inovasi dan efisiensi dalam dunia smartphone.

5) Samsung Galaxy S Series



Gambar 2. 6 Samung S10 (Galaxy S Series)

Samsung Galaxy S series adalah serangkaian ponsel pintar *flagship* yang menawarkan kombinasi sempurna antara desain elegan, teknologi mutakhir, dan kinerja tangguh, memenuhi kebutuhan pengguna yang menginginkan perangkat canggih. Dikenal karena inovasi dalam hal kamera, layar, dan performa, seri ini telah menjadi salah satu pilihan utama di pasar smartphone global sejak diperkenalkan. Setiap generasi baru dari Galaxy S series terus menghadirkan peningkatan signifikan, sering dilengkapi dengan fitur-fitur canggih seperti

pengenalan wajah, layar AMOLED, dan kemampuan fotografi tingkat lanjut. Dengan fokus pada kualitas dan inovasi, Galaxy S series terus menetapkan standar tinggi dalam dunia *smartphone*.

6) Samsung Galaxy Z Series



Gambar 2. 7 Samsung Z Flip 4 (Galaxy Z Series)

Samsung Galaxy Z series adalah kumpulan ponsel pintar yang menggabungkan teknologi layar lipat dengan desain revolusioner, membuka era baru dalam inovasi *smartphone*. Dengan kemampuan melipat layar, seri ini menyediakan pengalaman unik dengan fleksibilitas untuk digunakan dalam mode ponsel atau tablet sesuai kebutuhan pengguna. Galaxy Z series menawarkan berbagai model yang dirancang untuk meningkatkan produktivitas dan hiburan, memungkinkan pengguna menjalankan banyak tugas sekaligus dengan lebih mudah. Meskipun masih dalam tahap perkembangan, Galaxy Z series menjanjikan potensi besar untuk mengubah cara kita berinteraksi dengan perangkat pintar, dengan fokus pada kualitas, inovasi, dan desain futuristik yang terus menarik perhatian konsumen di seluruh dunia.

2.2 Gambaran Umum Perusahaan iPhone (Apple Inc.)

2.2.1 Sejarah Perkembangan Apple Inc. dan iPhone

Apple Inc., didirikan pada 1 April 1976 di Cupertino, California, oleh Steve Jobs, Steve Wozniak, dan Ronald Wayne, awalnya terkenal dengan komputer pribadi seperti Apple I yang dirakit secara manual oleh Wozniak. Pada tahun 1984, Apple merilis Macintosh dengan antarmuka grafis yang revolusioner. Kembalinya Steve Jobs pada tahun 1997 memulai kebangkitan perusahaan dengan produk-produk inovatif seperti iMac, iPod, dan iPhone. Di bawah kepemimpinan CEO Tim Cook sejak 2011, Apple terus berkembang dengan fokus pada inovasi teknologi, keberlanjutan, dan tanggung jawab sosial.

Peluncuran iPhone pertama pada tahun 2007 menandai tonggak penting dalam sejarah Apple dan industri teknologi secara keseluruhan. iPhone merevolusi cara orang berinteraksi dengan teknologi dengan menggabungkan fungsi ponsel, pemutar musik, dan internet dalam satu perangkat. Setiap generasi iPhone, dari iPhone 4 hingga iPhone 15, terus menghadirkan peningkatan signifikan dalam desain, kinerja, dan fitur. Misalnya, iPhone 4 memperkenalkan Retina Display, iPhone 6 membawa desain lebih tipis dan layar lebih besar, sementara iPhone X memperkenalkan layar OLED tanpa bingkai dan Face ID. Dengan strategi diversifikasi produk dan layanan serta komitmen terhadap keberlanjutan dan inovasi, Apple tetap menjadi pemimpin di industri teknologi, mempengaruhi gaya hidup global melalui produknya yang mendefinisikan era digital, terutama iPhone.

2.2.2 Visi dan Misi Apple Inc.

1) Visi

Visi Apple adalah menjadi pemimpin dalam inovasi teknologi yang menciptakan produk dan layanan terbaik untuk meningkatkan kualitas hidup pengguna. Dengan fokus pada desain elegan, fungsi intuitif, dan performa tinggi, Apple berkomitmen untuk mendorong batasan teknologi dalam setiap produknya. Selain itu, Apple juga menekankan tanggung jawab lingkungan dan sosial, dengan berusaha menggunakan bahan daur ulang dan energi terbarukan dalam proses produksinya sehingga dapat memberikan dampak positif yang signifikan bagi konsumen dan lingkungan.

2) Misi

Misi Apple adalah menghadirkan inovasi terdepan melalui produk-produk yang memadukan desain elegan, teknologi canggih, dan ekosistem yang terintegrasi, untuk memenuhi kebutuhan dan melebihi harapan pelanggan di seluruh dunia. Dengan fokus pada keberlanjutan dan tanggung jawab sosial, Apple berkomitmen untuk memimpin dalam memanfaatkan energi terbarukan, menggunakan bahan-bahan ramah lingkungan, dan memastikan praktik bisnis yang etis, sambil terus mendorong batas-batas inovasi dalam setiap langkahnya.

2.2.3 Logo Perusahaan

Logo adalah simbol yang digunakan untuk mewakili perusahaan, merek, atau entitas, menciptakan identitas visual yang mudah diingat dan membedakan bisnis dari yang lain. Dengan perpaduan bentuk, warna, dan elemen desain, logo

menyampaikan nilai, visi, atau pesan dari entitas yang diwakilinya, membangun kesan positif, meningkatkan kesadaran merek, dan membantu membedakan produk atau layanan di pasar.



Gambar 2. 8 Logo iPhone
Sumber : Apple.com

Logo iPhone, yang menampilkan ikon apel tergigit dengan tulisan "iPhone" di sampingnya, mencerminkan identitas merek Apple yang elegan dan sederhana. Ikon apel tergigit adalah simbol global yang sudah dikenal luas, mewakili inovasi, kreativitas, dan juga kualitas. Desain minimalis dan modern dari logo ini sejalan dengan filosofi desain produk Apple yang fokus pada keanggunan dan fungsionalitas.

2.2.4 Produk *Smartphone* iPhone

1) iPhone 10 Series



Gambar 2. 9 iPhone XS (10 Series)

iPhone 10 Series, yang lebih dikenal sebagai iPhone X, diluncurkan oleh Apple pada tahun 2017 untuk menandai ulang tahun ke-10 iPhone. Model ini memperkenalkan desain revolusioner dengan layar OLED Super Retina Display tanpa bingkai, memberikan tampilan visual yang luar biasa jernih dan cerah. iPhone X menghapus tombol Home fisik, menggantinya dengan sistem navigasi berbasis gerakan dan memperkenalkan Face ID, teknologi pengenalan wajah yang aman untuk membuka kunci perangkat dan melakukan pembayaran. Ditenagai oleh chip A11 Bionic, iPhone X menawarkan kinerja yang sangat cepat dan efisien, serta dilengkapi dengan sistem kamera ganda canggih yang memungkinkan pengguna mengambil foto dan video berkualitas tinggi dengan fitur-fitur seperti mode Potret dan pencahayaan Potret.

2) iPhone 11 Series



Gambar 2. 10 iPhone 11 (11 Series)

iPhone 11 Series, yang dirilis pada September 2019, terdiri dari tiga model: iPhone 11, iPhone 11 Pro, dan iPhone 11 Pro Max. iPhone 11 hadir dengan layar Liquid Retina HD dan sistem kamera ganda yang memungkinkan pengambilan foto sudut lebar dan ultra lebar. iPhone 11 Pro dan 11 Pro Max memiliki layar Super Retina XDR OLED yang menawarkan kualitas tampilan

lebih cerah dan tajam serta sistem kamera tiga yang mendukung telefoto, sudut lebar, dan ultra lebar. Semua model dalam seri ini ditenagai oleh chip A13 Bionic, yang memberikan kinerja cepat dan efisiensi daya tinggi, serta memiliki peningkatan signifikan dalam daya tahan baterai dan ketahanan air, menjadikannya salah satu pilihan populer di kalangan pengguna iPhone.

3) iPhone 12 Series



Gambar 2. 11 iPhone 12 Mini (12 Series)

iPhone 12 Series, yang dirilis pada Oktober 2020, terdiri dari empat model: iPhone 12 mini, iPhone 12, iPhone 12 Pro, dan iPhone 12 Pro Max. Semua model ini menampilkan desain baru dengan tepi datar dan dilengkapi dengan layar Super Retina XDR OLED, memberikan kualitas tampilan yang sangat jernih dan cerah. iPhone 12 dan 12 mini memiliki sistem kamera ganda, sedangkan iPhone 12 Pro dan 12 Pro Max memiliki sistem kamera tiga dengan pemindai LiDAR untuk peningkatan kemampuan augmented reality dan fotografi dalam kondisi cahaya rendah. Dengan chip A14 Bionic dan dukungan jaringan 5G, iPhone 12 Series menawarkan kinerja sangat cepat dan efisien, menjadikannya salah satu ponsel pintar paling canggih di pasaran saat itu.

4) iPhone 13 Series



Gambar 2. 12 iPhone 13 (13 Series)

iPhone 13 Series merupakan generasi terbaru dari Apple yang terdiri dari empat model: iPhone 13, iPhone 13 Mini, iPhone 13 Pro, dan iPhone 13 Pro Max. Mereka menyajikan peningkatan signifikan dalam kualitas kamera, termasuk mode *Cinematic Video* yang mengesankan dan fitur ProRAW untuk pengeditan foto yang lebih fleksibel. Performa yang handal dijamin oleh chip A15 Bionic, yang juga membawa peningkatan efisiensi baterai untuk penggunaan sehari-hari yang lebih baik. Desainnya mengusung estetika yang familiar dengan bahan premium dan tampilan layar Super Retina XDR yang cerah dan tajam, serta konektivitas 5G memastikan akses internet yang cepat dan stabil.

5) iPhone 14 Series



Gambar 2. 13 iPhone 14 Pro (14 Series)

iPhone 14 Series, dirilis oleh Apple pada September 2022, terdiri dari empat model: iPhone 14, iPhone 14 Plus, iPhone 14 Pro, dan iPhone 14 Pro Max. Model standar, iPhone 14 dan 14 Plus, menawarkan peningkatan dalam kamera, performa, dan daya tahan dengan desain yang mirip dengan seri sebelumnya. Sementara itu, iPhone 14 Pro dan Pro Max memperkenalkan desain layar depan yang inovatif dengan "Dynamic Island," menggantikan *cutout notch* pada model sebelumnya, dan didukung oleh chip A16 Bionic yang lebih cepat. Seri ini juga dilengkapi dengan fitur keamanan baru seperti deteksi kemacetan dan pemanggilan darurat otomatis untuk penerbangan, serta mode foto ProRAW yang ditingkatkan dan mode video Cinematic Mode dalam resolusi 4K HDR.

6) iPhone 15 Series



Gambar 2. 14 iPhone 15 Plus (15 Series)

iPhone 15 Series, termasuk iPhone 15 dan iPhone 15 Plus, hadir dengan layar Super Retina XDR beresolusi tinggi 2556 x 1179 piksel pada 460 ppi, serta desain aluminium dengan *Ceramic Shield* di bagian depan dan kaca berwarna di bagian belakang. iPhone 15 memiliki layar 6,1 inci, sementara iPhone 15 Plus memiliki layar 6,7 inci, keduanya didukung oleh chip A16 Bionic dan menjalankan iOS 17. Fitur tambahan meliputi Dynamic Island, layar HDR, *True*

Tone, warna luas (P3), dan *Haptic Touch*. Selain itu, iPhone 15 Series dilengkapi dengan baterai yang lebih tahan lama dan fitur pengisian daya cepat 30W.

2.3 Identitas Responden

Penyajian identitas responden ini bertujuan untuk mengetahui informasi yang berkaitan dengan latar belakang responden yang menjadi sampel dalam penelitian. Pengelompokan identitas responden ini disusun berdasarkan jenis kelamin, usia, tempat tinggal, pendidikan terakhir, pekerjaan, pendapatan tiap bulan, tipe smartphone Samsung yang pernah digunakan, dalam berapa tahun terakhir melakukan *brand switching*, dan tipe iPhone yang digunakan setelah beralih dari Samsung. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 orang yang lahir pada rentang tahun 1997 – 2012 dan telah beralih merek *smartphone* dari Samsung ke iPhone yang tinggal di Kota Semarang.

Pembagian kuesioner ini dilaksanakan pada 24 Desember 2023 – 5 Februari 2042 dengan cara membagikan link yang berisi G-form kepada para responden secara *online*. Beberapa pengisian kuesioner disertai dengan peneliti mengajukan pertanyaan pendapat dan alasan responden dalam menjawab pertanyaan pada kuesioner. Berdasarkan data yang diperoleh dari responden, kondisi responden sebagai berikut:

2.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pada penelitian ini pengelompokan responden berdasarkan jenis kelamin digunakan untuk mengetahui rasio antara laki-laki dan perempuan. Pada bagian ini akan disajikan data responden sesuai dengan jenis kelaminnya.

Tabel 2. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	25	25
2	Perempuan	75	75
	Jumlah	100	100

Sumber: Data yang diolah (2024)

Berdasarkan data dalam tabel 2.7, menjelaskan bahwa perbandingan responden perempuan lebih banyak dibandingkan dengan responden laki-laki dengan persentase jenis kelamin perempuan sebesar 75% dan laki-laki 25%.

2.3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia merupakan rentang waktu sejak kelahiran seseorang yang dihitung dalam tahun. Perkembangan usia mempengaruhi tingkat kedewasaan berpikir seseorang. Usia responden dalam penelitian ini adalah pada rentang 11 – 27 tahun yang merupakan Generasi Z (lahir tahun 1997 – 2012). Berikut merupakan data responden berdasarkan usia.

Tabel 2. 2 Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Jumlah	Persentase
1	16 tahun	1	1
2	18 tahun	1	1
3	19 tahun	6	6
4	20 tahun	22	22
5	21 tahun	41	41
6	22 tahun	22	22
7	23 tahun	4	4
8	24 tahun	1	1
9	26 tahun	2	2
	Jumlah	100	100

Sumber: Data yang diolah (2024)

Berdasarkan tabel 2.8, dapat dilihat bahwa usia para pengguna *smartphone* Samsung yang beralih ke iPhone di Semarang didominasi oleh responden dengan

usia 21 tahun yakni dengan persentase sebesar 41%. Dan persentase terkecil ada pada responden dengan usia kurang 16, 18, dan 24 tahun dengan masing-masing persentase sebesar 1%. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pengguna *smartphone* Samsung yang beralih ke iPhone terbanyak adalah pengguna yang berusia 21 tahun.

2.3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal

Data terkait tempat tinggal responden bertujuan untuk melihat tingkat penyebaran kuesioner yang ditujukan kepada Generasi Z di Kota Semarang. Responden dalam penelitian ini sendiri terdiri dari Generasi Z yang bertempat tinggal di berbagai kecamatan di Kota Semarang sebagai berikut :

Tabel 2. 3 Responden Berdasarkan Tempat Tinggal

No.	Wilayah	Jumlah	Persentase
1	Banyumanik	22	22
2	Candisari	2	2
3	Gajahmungkur	1	1
4	Gayamsari	1	1
5	Genuk	1	1
6	Ngaliyan	1	1
7	Pedurungan	2	2
8	Semarang Barat	6	6
9	Semarang Selatan	2	2
10	Semarang Tengah	3	3
11	Semarang Timur	2	2
12	Semarang Utara	1	1
13	Tembalang	55	55
14	Tugu	1	1
	Jumlah	100	100

Sumber: Data yang diolah (2024)

Berdasarkan keseluruhan responden yang berjumlah 100 orang yang dilakukan penyebaran secara bebas, diperoleh responden dengan jumlah

responden paling banyak yaitu pada wilayah Tembalang yakni dengan persentase sebesar 55%, kemudian disusul wilayah Banyumanik dengan jumlah 22%. Responden yang paling sedikit berasal dari wilayah Gajahmungkur, Gayamsari, Genuk, Ngaliyan, Semarang Utara, dan juga Tugu dengan masing-masing persentase sebesar 1%. Kesimpulan yang dapat ditarik, yakni responden terbanyak dalam penelitian ini berasal dari Kecamatan Tembalang.

2.3.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan yang telah ditempuh seseorang bisa berbeda-beda dari yang lainnya. Pendidikan terakhir yang dimaksud dalam penelitian ini adalah tingkat pendidikan tertinggi yang telah diselesaikan oleh responden. Data mengenai tingkat pendidikan para responden diperlukan untuk mengetahui distribusi latar belakang pendidikan dari pengguna *smartphone* Samsung yang beralih ke iPhone. Responden yang merupakan Generasi Z di Kota Semarang memiliki tingkat pendidikan akhir, sebagai berikut:

Tabel 2. 4 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No.	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
1	SMP	1	1
2	SMA	72	72
3	D3	2	2
4	S1	25	25
	Jumlah	100	100

Sumber: Data yang diolah (2024)

Berdasarkan data tersebut, dapat dilihat bahwa responden yang pendidikan terakhirnya SMP hanya berjumlah sebesar 1% dari jumlah keseluruhan responden, responden yang pendidikan terakhirnya SMA mencapai 72% dari total responden,

responden yang pendidikan terakhirnya adalah D3 hanya sebesar 2%, dan responden yang pendidikan terakhirnya adalah Sarjana berjumlah sebesar 25% dari total responden. Kesimpulannya, responden terbanyak memiliki tingkat pendidikan terakhir SMA.

2.3.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Latar belakang pekerjaan dapat memberikan gambaran mengenai aktivitas atau keseharian seseorang dan diperlukan untuk mengetahui distribusi latar belakang pekerjaan dari pengguna *smartphone* Samsung yang beralih ke iPhone. Tentunya, mereka memiliki latar belakang pekerjaan yang berbeda satu dengan lainnya. Berikut data jumlah responden pengguna *smartphone* Samsung yang beralih ke iPhone yang dikelompokkan berdasarkan jenis pekerjaan :

Tabel 2. 5 Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	Pelajar	2	2
2	Mahasiswa	80	80
3	Pegawai Swasta	13	13
4	Wiraswasta	5	5
	Jumlah	100	100

Sumber: Data yang diolah (2024)

Berdasarkan tabel 2.11, data responden menunjukkan bahwa jumlah responden yang merupakan mahasiswa mencapai 80 orang atau 80% dari total responden. Kemudian diikuti oleh pekerja karyawan swasta dengan jumlah 13 responden atau 30% dari jumlah keseluruhan responden. Kesimpulannya, responden terbanyak bekerja sebagai mahasiswa.

2.3.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Tiap Bulan

Pendapatan yang dimaksud adalah penghasilan yang diterima dalam satu bulan, termasuk gaji, upah, dan sumber-sumber pendapatan lainnya oleh responden yang sedang bekerja, maupun jumlah uang saku yang diterima oleh responden yang belum bekerja, seperti pelajar atau mahasiswa. Data mengenai jumlah pendapatan para responden diperlukan untuk mengetahui distribusi tingkat pendapatan yang diperoleh para pengguna *smartphone* Samsung yang beralih ke iPhone. Berikut data jumlah responden yang dikelompokkan berdasarkan pendapatan tiap bulan :

Tabel 2. 6 Responden Berdasarkan Pendapatan Tiap Bulan

No.	Penghasilan	Jumlah	Persentase
1	$\leq 2.500.000$	70	70
2	$> 2.500.000 - 3.500.000$	20	20
3	$> 3.500.000 - 4.500.000$	4	4
4	$> 4.500.000$	6	6
	Jumlah	100	100

Sumber: Data yang diolah (2024)

Berdasarkan tabel 2.12, responden dengan penghasilan kurang dari 2.500.000 terdiri dari 70% dari total responden. Responden dengan penghasilan $> 2.500.000$ hingga 3.500.000 merupakan 20% dari total responden. Kemudian responden dengan penghasilan $> 3.500.001$ hingga 4.500.000 sebanyak 4%. Sedangkan, responden dengan penghasilan lebih dari 4.500.000 berjumlah 6% dari total responden. Oleh karena itu, kesimpulan yang ditarik dari tabel 2.12, yakni mayoritas responden memiliki penghasilan perbulan kurang dari 2.500.000.

2.3.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Tipe *Smartphone* Samsung yang Pernah Digunakan

Penelitian ini memiliki fokus untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pengguna Samsung untuk beralih merek. Oleh karena itu, diperlukan data yang menunjukkan tipe *smartphone* Samsung yang pernah digunakan oleh konsumen sebelum beralih merek sebagai bahan evaluasi. Tipe *smartphone* Samsung yang dimaksud dalam penelitian ini adalah berbagai seri atau model *smartphone* Samsung yang pernah digunakan oleh responden, termasuk Galaxy A, J, M, Note, S, dan Z Series. Berikut adalah data responden berdasarkan tipe *smartphone* Samsung yang pernah digunakan:

Tabel 2. 7 Responden Berdasarkan Tipe *Smartphone* Samsung yang Pernah Digunakan

No.	Tipe	Jumlah	Persentase
1	Galaxy A Series	54	54
2	Galaxy J Series	25	25
3	Galaxy M Series	3	3
4	Galaxy Note Series	7	7
5	Galaxy S Series	8	8
6	Galaxy Z Series	3	3
	Jumlah	100	100

Sumber: Data yang diolah (2024)

Berdasarkan tabel 2.13, dapat dilihat bahwa dari 100 responden, pengguna Samsung Galaxy A Series berjumlah 54%, Galaxy J Series 25%, Galaxy M Series 3%, Galaxy Note Series Series 7%, Galaxy S Series 8%, dan Galaxy Z Series 3%. Oleh karena itu, kesimpulan yang ditarik dari tabel 2.13, yakni mayoritas responden dahulu menggunakan Samsung Galaxy A Series.

2.3.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Kurun Waktu Terakhir Melakukan *Brand Switching*

Kurun waktu terakhir melakukan *brand switching* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pada berapa tahun terakhir ketika responden mengganti merek *smartphone* yang mereka gunakan. Berikut adalah data responden berdasarkan kurun waktu terakhir melakukan *brand switching*:

Tabel 2. 8 Responden Berdasarkan Kurun Waktu Terakhir Melakukan *Brand Switching*

No.	Kurun Waktu	Jumlah	Persentase
1	1 tahun terakhir	31	31
2	2 tahun terakhir	28	28
3	3 tahun terakhir	16	16
4	4 tahun terakhir	7	7
5	5 tahun terakhir	18	18
	Jumlah	100	100

Sumber: Data yang diolah (2024)

Berdasarkan data pada tabel 2.14, terlihat dari total 100 responden, 31% responden melakukan *brand switching* dalam 1 tahun terakhir, kemudian 28% responden melakukan *brand switching* dalam 2 tahun terakhir, 16% responden melakukan *brand switching* dalam 3 tahun terakhir, 7% responden melakukan *brand switching* dalam 4 tahun terakhir, dan 18% responden melakukan *brand switching* dalam 5 tahun terakhir. Kesimpulannya, responden terbanyak melakukan *brand switching* pada 1 tahun terakhir.

2.3.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Tipe iPhone yang Digunakan Setelah Beralih dari Samsung

Tipe iPhone yang digunakan setelah beralih dari Samsung yang dimaksud dalam penelitian ini adalah seri atau model iPhone yang dipilih dan digunakan oleh responden setelah mereka memutuskan untuk mengganti *smartphone* mereka dari merek Samsung ke iPhone. Berikut merupakan data responden berdasarkan tipe iPhone yang digunakan setelah beralih merek dari Samsung :

Tabel 2. 9 Responden Berdasarkan Tipe iPhone yang Digunakan Setelah Beralih dari Samsung

No.	Tipe	Jumlah	Persentase
1	iPhone 6 Series	4	4
2	iPhone 7 Series	4	4
3	iPhone 8 Series	5	5
4	iPhone 10 Series	27	27
5	iPhone SE Series	1	1
6	iPhone 11 Series	27	27
7	iPhone 12 Series	11	11
8	iPhone 13 Series	14	14
9	iPhone 14 Series	5	5
10	iPhone 15 Series	2	2
Jumlah		100	100

Sumber: Data yang diolah (2024)

Berdasarkan tabel 2.14 menunjukkan bahwa dari 100 responden, responden yang beralih merek ke merek iPhone dengan tipe iPhone 6 Series sejumlah 4%, 7 Series sejumlah 4%, 8 Series sejumlah 5%, 10 Series sejumlah 27%, SE Series sejumlah 1%, 11 Series sejumlah 27%, 12 Series sejumlah 11%, 13 Series sejumlah 14%, 14 Series sejumlah 5%, dan 15 Series sejumlah 2%. Kesimpulan berdasarkan tabel 2.24 adalah mayoritas responden kini menggunakan iPhone 10 & 11 Series.