



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**ANALISIS PENGALAMAN KONSUMEN DALAM
PENGUNAAN PRODUK SAMSUNG GALAXY S23
DAN SAMSUNG GALAXY S24
Studi Kasus Pada Pekerja Kreatif Milenial
Di Daerah Khusus Jakarta Tahun 2024**

SKRIPSI

Rakha Wali Al May
44322120002

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026**



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**ANALISIS PENGALAMAN KONSUMEN DALAM
PENGUNAAN PRODUK SAMSUNG GALAXY S23
DAN SAMSUNG GALAXY S24
Studi Kasus Pada Pekerja Kreatif Milenial
Di Daerah Khusus Jakarta Tahun 2024**

SKRIPSI

Rakha Wali Al May
44322120002

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026**

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rakha Wali Al May

NIM : 44322120002

Program Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

Judul Skripsi : Analisis Pengalaman Konsumen dalam Penggunaan Produk
Samsung Galaxy S23 dan Samsung Galaxy S24 (Studi Kasus Pada
Pekerja Kreatif Milenial Di Daerah Khusus Jakarta Tahun 2024)

Menyatakan bahwa Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 30 Juni 2025



Rakha Wali Al May

U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Rakha Wali Al May
NIM : 44322120002
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

Dengan judul “Analisis Pengalaman Konsumen dalam Penggunaan Produk Samsung Galaxy S23 dan Samsung Galaxy S24 (Studi Kasus Pada Pekerja Kreatif Milenial Di Daerah Khusus Jakarta Tahun 2024)”, telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 26 Januari 2026, didapatkan nilai persentase sebesar 29%

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 26 Januari 2026

Administrator Turnitin



Rizki Agustin. S.Kom

KAMPUS MENARA BHAKTI

Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650
Telp. 021-5840815 / 021-5840816 (Hunting). Fax. 021-584 0813
<http://www.mercubuana.ac.id>, e-mail: umb@mercubuana.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Rakha Wali Al May
NIM : 44322120002
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi / Periklanan dan Komunikasi Pemasaran
Judul Tugas Akhir : Analisis Pengalaman Konsumen dalam Penggunaan Produk Samsung Galaxy S23 dan Samsung Galaxy S24 (Studi Kasus Pada Pekerja Kreatif Milenial di Daerah Khusus Jakarta Tahun 2024)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 8 September 2025 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Periklanan dan Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana

Disahkan oleh:

Pembimbing



Mochamad Taufiq Hidayat, M.I.Kom

NIDN/NUPTK: 8834360018

Jakarta, 8 September 2025

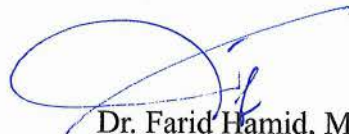
Mengetahui,

Dekan Fakultas

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si
NIDN: 0318116602



Dr. Farid Hamid, M.Si
NIDN: 118900633

KATA PENGANTAR

Segala puji dan rasa syukur penulis haturkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Analisis Pengalaman Konsumen dalam Penggunaan Produk Samsung Galaxy S23 dan Samsung Galaxy S24 (Studi Kasus pada Pekerja Kreatif Milenial di Daerah Khusus Jakarta Tahun 2024)” dengan lancar dan sesuai dengan waktu yang ditargetkan.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Komunikasi Pemasaran, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam bagaimana pengalaman konsumen, khususnya dari kalangan pekerja kreatif milenial, dalam menggunakan dua seri terbaru dari Samsung, yaitu Galaxy S23 dan Galaxy S24. Dengan pendekatan studi kasus di wilayah Daerah Khusus Jakarta, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai persepsi, kepuasan, dan loyalitas konsumen terhadap produk-produk tersebut.

Penulisan skripsi ini melalui proses yang cukup panjang dan penuh tantangan, baik dalam pengumpulan data, analisis, maupun penyusunan naskah. Namun berkat dukungan, doa, dan bantuan dari berbagai pihak, skripsi ini akhirnya dapat diselesaikan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Taufik, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan motivasi secara konsisten selama proses penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Dewi, Dosen di lingkungan Program Studi Riset Komunikasi, yang telah memberikan ilmu, wawasan, serta pengalaman berharga selama masa studi.
3. Orang tua dan seluruh keluarga yang senantiasa memberikan dukungan moral, doa, dan semangat yang tak ternilai.
4. Para narasumber yang berasal dari kalangan pekerja kreatif milenial di Daerah Khusus Jakarta yang telah bersedia meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan, baik dari segi isi maupun metode penulisan. Oleh karena itu, penulis membuka diri terhadap segala bentuk kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan karya ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan, serta menjadi referensi yang berguna dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen pemasaran dan perilaku konsumen.

Jakarta, 13 Juni 2025

Rakha Wali Al May

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama :Rakha Wali Al May
NIM :44322120002
Program Studi :Periklanan dan Komunikasi Pemasaran
Judul Skripsi :Analisis Pengalaman Konsumen dalam Penggunaan Produk Samsung Galaxy S23 dan Samsung Galaxy S24 (Studi Kasus Pada Pekerja Kreatif Milenial Di Daerah Khusus Jakarta Tahun 2024)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 30 Juni 2025



Rakha Wali Al May

ABSTRAK

Nama :Rakha Wali Al May
NIM :44322120002
Program Studi :Periklanan dan Komunikasi Pemasaran
Judul Laporan :Analisis Pengalaman Konsumen dalam Penggunaan Produk
Skripsi Samsung Galaxy S23 dan Samsung Galaxy S24 (Studi Kasus
Pada Pekerja Kreatif Milenial Di Daerah Khusus Jakarta Tahun
2024)
Pembimbing :Mochamad Taufiq Hidayat, M.I.Kom

Perkembangan pesat teknologi komunikasi telah mendorong perubahan signifikan dalam preferensi dan perilaku konsumen terhadap perangkat digital, terutama smartphone. Di tengah persaingan merek yang semakin ketat dan ekspektasi pengguna yang terus meningkat, Samsung merilis seri Galaxy S23 dan S24 dengan mengedepankan fitur berbasis kecerdasan buatan (AI), kamera berkualitas tinggi, serta prosesor berperforma tinggi. Produk ini secara khusus menyorot konsumen kreatif dan produktif, termasuk kalangan pekerja kreatif milenial di kawasan urban seperti Jakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengalaman konsumen dalam menggunakan Samsung Galaxy S23 dan S24, dengan fokus pada persepsi terhadap kualitas produk, efektivitas fitur AI, kemampuan kamera, serta performa prosesor dalam menunjang kebutuhan kerja dan gaya hidup digital. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan metode fenomenologi, melalui wawancara mendalam terhadap lima informan yang merupakan pengguna aktif kedua produk tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa fitur Galaxy AI dinilai mampu meningkatkan efisiensi dan kenyamanan dalam penggunaan sehari-hari, terutama dalam mendukung aktivitas komunikasi, pencarian informasi, dan pengolahan konten visual. Kemampuan kamera yang canggih dan performa prosesor yang stabil turut membentuk persepsi positif terhadap kualitas produk. Namun, kecepatan pengisian daya masih menjadi salah satu aspek yang dinilai kurang optimal dibandingkan pesaing di segmen yang sama.

Temuan ini tidak hanya memberikan wawasan praktis bagi produsen dalam mengembangkan produk dan layanan purnajual yang lebih adaptif terhadap kebutuhan pengguna, tetapi juga memperkaya diskusi akademis dalam bidang komunikasi pemasaran dan perilaku konsumen di era teknologi digital.

Kata Kunci: Pengalaman Konsumen, Samsung Galaxy S23, Samsung Galaxy S24, Pekerja Kreatif Milenial, Jakarta

ABSTRACT

Name :Rakha Wali Al May

Student ID :44322120002

Department:Advertising and Marketing Communication

Title :Analisis Pengalaman Konsumen dalam Penggunaan Produk Samsung Galaxy S23 dan Samsung Galaxy S24 (Studi Kasus Pada Pekerja Kreatif Milenial Di Daerah Khusus Jakarta Tahun 2024)

Counselor :Mochamad Taufiq Hidayat, M.I.Kom

The rapid development of communication technology has driven significant changes in consumer preferences and behavior towards digital devices, especially smartphones. Amidst fierce brand competition and escalating user expectations, Samsung released the Galaxy S23 and S24 series, emphasizing artificial intelligence (AI)-based features, high-quality cameras, and high-performance processors. This product is designed to appeal to creative and productive consumers, including millennial creative professionals in urban areas such as Jakarta.

The objective of this study is to analyze consumer experiences in using Samsung Galaxy S23 and S24, with a focus on perceptions of product quality, the effectiveness of AI features, camera capabilities, and processor performance in supporting work needs and digital lifestyles. The approach employed in this study is qualitative, with a focus on phenomenological methods. This approach entailed conducting in-depth interviews with five informants who are active users of both products.

The results showed that the Galaxy AI feature is considered capable of increasing efficiency and convenience in daily use, especially in supporting communication activities, information searches, and visual content processing. Advanced camera capabilities and stable processor performance also shape positive perceptions of product quality. However, charging speed is still one aspect that is considered less than optimal compared to competitors in the same segment.

The findings not only provide practical insights for manufacturers in developing products and after-sales services that are more adaptive to user needs, but also enrich academic discussions in the fields of marketing communication and consumer behavior in the era of digital technology.

Keywords: *Consumer Experience, Samsung Galaxy S23, Samsung Galaxy S24, Millennial Employees, Jakarta*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	0
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PERNYATAAN SIMILARITY CHECK	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vii
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Fokus Penelitian	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Akademis	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10
BAB II KAJIAN TEORITIS.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Kajian Teoritis	16
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	16
2.2.2 Pengalaman Pelanggan (<i>Customer Experience</i>).....	21
2.2.3 Kepuasan Pelanggan	29
2.2.4 Loyalitas Pelanggan.....	36

2.2.5 Kualitas Produk.....	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	51
3.1 Paradigma Penelitian.....	51
3.2 Metode Penelitian.....	53
3.3 Subjek Penelitian	59
3.4 Teknik Pengumpulan Data	61
3.4.1 Teknik Pengumpulan Data Primer.....	61
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data Sekunder	63
3.5 Teknik Analisis Data.....	64
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	66
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	68
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	68
4.1.1 Situasi Kompetisi Pasar	69
4.1.2 Target Konsumen.....	70
4.1.3 Karakteristik Produk	70
4.2 Hasil Penelitian.....	71
4.2.1 Informan.....	73
4.2.2 Alasan Memilih Galaxy S23/S24	74
4.2.3 Pengalaman Menggunakan Fitur Galaxy AI	76
4.2.4 Kualitas Kamera	78
4.2.5 Performa Baterai dan Prosesor	79
4.2.6 Pertimbangan Harga dan Niat Merekomendasikan	81
4.2.7 Kepuasan Penggunaan dan Saran Inovasi	83
4.3 Hasil dan Pembahasan	84
BAB V PENUTUP	87
5.1 Kesimpulan.....	87
5.2 Saran	88
5.2.1 Saran Akademis	88
5.2.2 Saran Praktis	89
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN.....	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Volume Pengiriman Smartphone Global Berdasarkan Produsen (Kuartal I 2024).....	3
Gambar 1.2 Jumlah Mentions dan Reach Samsung Galaxy S23 dan S24 Tahun 2024	5
Gambar 4.1 Samsung Galaxy S23 Series	68
Gambar 4.2 Samsung S24 Series	68
Gambar 4.3 Fitur Galaxy AI pada Samsung Galaxy S24	77
Gambar 4.4 Fitur Galaxy AI pada Samsung Galaxy S24	77
Gambar 4.5 Kualitas Kamera Samsung Galaxy S23	79
Gambar 4.6 Kualitas Kamera Samsung Galaxy S23	79
Gambar 4.7 Prosesor Snapdragon 8 Gen 2 for Galaxy S23	80

U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 4.1 Deskripsi Responden.....	71



U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1: DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA.....	96
LAMPIRAN 2: TRANSKRIP HASIL WAWANCARA	97



U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A