

**ANALISIS FAKTOR KANSEI YANG MEMPENGARUHI
EMOSIONAL PENGGUNA PRODUK PREMIUM
SMARTPHONE MENGGUNAKAN METODE KANSEI
ENGINEERING**

TUGAS AKHIR

*Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Sarjana pada Jurusan
Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Andalas*



**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2017**

ABSTRAK

Keberadaan Smartphone di era digital saat ini sudah menjadi kebutuhan yang tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan kita. Tingginya tingkat penggunaan produk ini telah membuat penggunaannya sangat bergantung dengan perangkat ini, dan bahkan fungsinya pun telah meliputi bagian yang substansial dari kehidupan manusia. Hal inilah yang membuat para provider smartphone berlomba-lomba menghasilkan produk-produk terbaiknya, bahkan untuk kelas premium. Produsen berusaha menghasilkan produk yang berorientasi pada pelanggannya (Customer-Oriented). Agar tetap bertahan para provider Smartphone terus berinovasi dengan produknya, menghadirkan spesifikasi dan fitur-fitur produknya yang semakin canggih, demi mendapatkan tempat di hati konsumennya. Kansei Engineering sebagai metode yang mampu menerjemahkan emosional, perasaan, kesan seseorang terhadap produk yang diinginkan, menjadi salah satu cara untuk memahami keinginan emosional perasaan pengguna. Penelitian ini dilakukan dengan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi emosional (Kansei) pengguna terhadap Produk Premium Smartphone iPhone 7 dan Samsung Galaxy S7 Edge. Penelitian ini menggunakan Kuesioner Kansei yang menggambarkan kesan emosional dan alasan konsumen memilih menggunakan produknya itu. Kuesioner Kansei ini disebar secara online pada forum official Pengguna iPhone 7 dan Samsung Galaxy S7 Edge. Hasil dari kuesioner ini didapatkanlah sebanyak 80 responden, yaitu 37 responden untuk produk iPhone 7 dan 43 responden untuk produk Samsung Galaxy S7 Edge. Setelah itu hasil rekapitulasi kuesioner kansei ini diolah menggunakan Analisis Faktor dengan metode Principal Component Analysis, sehingga didapatkanlah faktor kansei yang paling signifikan mempengaruhi Kansei pengguna iPhone 7 adalah Variabel Halus sebesar 86,1%, sedangkan pada Samsung Galaxy S7 Edge adalah Variabel Futuristik sebesar 77,6%. Kemudian variabel-variabel Kansei tersebut dikelompokkan untuk dilakukan Sintesis dengan item properti produknya untuk mendapatkan hubungan yang mempengaruhi emosional pengguna iPhone 7 dan Samsung Galaxy S7 Edge dari aspek properti produknya. Hasil sintesis menunjukkan bahwa bahwa dari Faktor halus konsumen iPhone 7 ini dipengaruhi oleh Pilihan Warna, Material/Bahan, Resolusi Kamera, Kerapatan Pixel pada layar, dan Stereo/Pengeras suara yang bagus. Sedangkan pada pengguna Samsung Galaxy S7 Edge faktor Kansei yang significant adalah futuristik dipengaruhi oleh ukuran dan resolusi layarnya yang cukup tinggi, serta fitur-fitur produknya yang canggih seperti fitur fast charging, wireless charging, dan edge screen.

Kata Kunci: Analisis Faktor, Kansei Engineering, Produk Premium, dan Smartphone.

ABSTRACT

The existence of Smartphone in the digital era today has become a necessity that can not get away with our lives. The high level of use of this product has been made highly dependent on this device, and even its function has been resolved. This is what makes smartphone providers competing to produce the best products, even for the premium class. Manufacturers strive to produce customer-oriented products. In order to survive the Smartphone providers continue to innovate with its products, presenting the specifications and features of its increasingly sophisticated products, make a place in the hearts of consumers. *Kansei Engineering* as a method that translates emotions, feelings, and impressions of the desired product, is one way to understand the emotional desires of the user's feelings. This study was conducted by factors that affect the emotional (*Kansei*) users of Premium Products Smartphone iPhone 7 and Samsung Galaxy S7 Edge. This study uses a *Kansei* questionnaire who likes the emotional impression and the reason consumers choose to use the product. The *Kansei* questionnaire is distributed online on the official forums of iPhone 7 Users and Samsung Galaxy S7 Edge. The results of this questionnaire obtained as many as 80 respondents, namely 37 respondents for iPhone products 7 and 43 respondents for Samsung Galaxy S7 Edge products. After that the recapitulation results of this *Kansei* questionnaire processed using the concept of factors with the method of Principal Component Analysis, so that the most significant *Kansei* factor users *Kansei* users iPhone 7 is a Fine Variable of 86.1%, while the Samsung Galaxy S7 Edge is a Futuristic Variables of 77, 6%. Then the *Kansei* variables are grouped for synthesis with product item items for the emotional relationship of iPhone 7 and Samsung Galaxy S7 users. The synthesis results show that from the refined factor of iPhone 7 consumer is done by Choice of Color, Material, Camera Resolution, Pixel Density on Display, and Stereo / Speaker is good. While the user of Samsung Galaxy S7 Edge *Kansei* factor significant is futuristic which according to the size and resolution of the screen is quite high, and features advanced products such as Fast Charging Features, Wireless Charging, and Edge Screens.

Keywords: Factor Analysis, *Kansei* Engineering, Premium Products, and Smartphones.