

*Ethnography Study Pada Customer Values dan Pain Points*  
**Generasi Z Terhadap Penggunaan Produk *Smartphone* Iphone**  
*(Case Study: Program Studi Manajemen, Ilmu Komunikasi, dan*  
**Ilmu Politik Angkatan 2020 Di Universitas Bakrie)**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk  
memperoleh gelar Sarjana Manajemen**



**UNIVERSITAS  
BAKRIE**

**Rodiah Mutiara Azzahra**

**1201001074**

**PROGRAM STUDI STRATA SATU  
MANAGEMENT FAKULTAS EKONOMI DAN  
ILMU SOSIAL UNIVERSITAS BAKRIE**

**JAKARTA**

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

---

Tugas Akhir ini adalah karya saya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip  
maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Rodiah Mutiara Azzahra

NIM : 1201001074

Tanda Tangan:



Tanggal : 01 Agustus 2024


## HALAMAN PENGESAHAN


Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Rodiah Mutiara Azzahra  
NIM : 1201001074  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Judul Skripsi : *Ethnography Study* Pada *Customer Values* dan *Pain Points* Generasi Z Terhadap Penggunaan Produk *Smartphone Iphone* (*Case Study: Program Studi Manajemen, Ilmu Komunikasi, Dan Ilmu Politik Angkatan 2020 Di Universitas Bakrie*).

**Telah berhasil dipertemukan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada program studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.**

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Jerry Heikal, S.T., M.M. (  )

Pembahas 1 : Ananda Fortunisa, SE., MSi (  )

Pembahas 2 : Prof. Dr. Dudi Rudianto, S.E., M.Si. (  )

Ditetapkan di Jakarta

Tanggal : 30 Agustus 2024

## UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah Yang Maha Esa karena atas berlat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian pada Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan penulis dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (SM) pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial (FEIS) Universitas Bakrie. Penulis menyadari bahwa, tanpa adanya bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai dengan penyusunan Tugas Akhir ini, akan sangatlah sulit bagi penulis untuk dapat menyelesaikan perkuliahan. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Dudi Rudianto, SE, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.
2. Prof. M. Taufiq Amir, SE., MM., Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen.
3. Dr. Jerry Heikal, S.T., M.M. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan memberikan pengarahan yang bermanfaat dalam penelitian dan penulisan Tugas Akhir ini.
4. Kepada kedua orang tua yang telah mendukung penulis baik secara finansial, waktu, doa, memberikan semangat dan motivasi kepada penulis untuk dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini, serta selalu berada disamping penulis selama mengerjakan penulisan tugas akhir ini.
5. Kepada kaka dan adik yang telah memberikan dukungan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
6. Kepada teman-teman penulis yang sudah memberikan motivasi, meluangkan waktu untuk menemani, memberikan semangat kepada penulis dalam mengerjakan Tugas Akhir ini, dan saran yang telah diberikan selama proses penyusunan Tugas Akhir ini.
7. Kepada narasumber dalam penelitian ini yang sudah meluangkan waktu dan mengizinkan untuk dilakukan wawancara untuk penyusunan Tugas Akhir ini.

8. Kepada seluruh pihak yang penulis tidak dapat sebutkan satu persatu yang ikut serta membantu dan memberikan motivasi kepada penulis selama proses penyusunan Tugas Akhir atau Skripsi ini.

Saya selaku penulis menyadari bahwa Tugas Akhir yang saya susun masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, saya bersedia untuk menerima kritikan dan masukan untuk melakukan perbaikan di waktu mendatang. Saya berharap dengan Tugas Akhir ini dapat memberikan nilai tambah untuk diri saya sendiri, pembaca, dan perusahaan yang dijadikan objek dalam penelitian ini.

Jakarta, 01 Agustus 2024



Rodiah Mutiara Azzahra

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

---

---

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rodiah Mutiara Azzahra

NIM : 1201001074

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Penelitian

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“Ethnography Study Pada Customer Values dan Pain Points Generasi Z Terhadap Penggunaan Produk Smartphone Iphone (Case Study: Program Studi Manajemen, Ilmu Komunikasi, Dan Ilmu Politik Angkatan 2020 Di Universitas Bakrie)”**.

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 02 Agustus 2024

Yang Menyatakan



(Rodiah Mutiara Azzahra)

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengelompokkan *customer values* dan *pain points* yang dirasakan oleh mahasiswa generasi Z atau gen Z dalam menggunakan *smartphone* iPhone. Penelitian ini menggunakan pendekatan dengan metode *ethnography* dengan studi kasus pada mahasiswa generasi Z dari Program Studi Manajemen, Ilmu Komunikasi, dan Ilmu Politik Angkatan 2020 di Universitas Bakrie. Data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan melakukan wawancara mendalam (*In-Depth-Interview*) dan observasi narasumber. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *customer values* dari ketiga program studi yaitu Program Studi Manajemen, Ilmu Komunikasi, dan Ilmu Politik Angkatan 2020 yaitu berdasarkan pada foto dan video *quality driven* dan *smooth operation* iOS system dari *smartphone* iPhone. Sementara itu pada *pain points* dari ketiga program studi yaitu Program Studi Manajemen, Ilmu Komunikasi, dan Ilmu Politik Angkatan 2020 dalam menggunakan *smartphone* iPhone yaitu pada kualitas dan performa baterai *smartphone* yang rendah, kewajiban pengguna untuk membawa *powerbank*, *high cost* pada *charger smartphone* iPhone, dan *high maintenance smartphone* iPhone pada baterai dan *charger*. Hasil dari temuan ini diharapkan dapat memberikan perbaikan dan wawasan bagi perusahaan teknologi terutama perusahaan Apple dalam memahami kebutuhan generasi Z, serta dapat mengembangkan produk yang lebih tahan lama dan memudahkan pengguna dalam menggunakan produk.

*Kata Kunci: Ethnography, Customer Values, Pain Points, Generasi Z, Smartphone, iPhone, Apple, Universitas Bakrie.*

## **ABSTRACT**

*This study aims to identify and group customer values and pain points felt by generation Z or gen Z students in using iPhone smartphones. This study uses an ethnography method approach with a case study on generation Z students from the Management, Communication Science, and Political Science Study Programs, Class of 2020 at Bakrie University. The data in this study were collected by conducting in-depth interviews (In-Depth-Interview) and observations of informants. The results of this study indicate that customer values from the three study programs, namely the Management, Communication Science, and Political Science Study Programs, Class of 2020, are based on quality driven photos and videos and smooth operation of the iOS system from the iPhone smartphone. Meanwhile, the pain points of the three study programs, namely the Management, Communication Science, and Political Science Study Programs, Class of 2020 in using the iPhone smartphone are the low quality and performance of the smartphone battery, the obligation for users to bring a power bank, high costs on iPhone smartphone chargers, and high maintenance of iPhone smartphones on batteries and chargers. The results of these findings are expected to provide improvements and insights for technology companies, especially Apple, in understanding the needs of generation Z, and can develop products that are more durable and make it easier for users to use the product.*

*Keywords: Ethnography, Customer Values, Pain Points, Generation Z, Smartphone, iPhone, Apple, Bakrie University.*



## DAFTAR ISI

<i>Cover</i> .....	1
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>UNGKAPAN TERIMAKASIH</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Manfaat Penelitian .....	10
1.4.1 Manfaat Bagi Peneliti.....	10
1.4.2 Manfaat Bagi Perusahaan.....	10
1.4.3 Manfaat Bagi Penelitian Selanjutnya .....	11
1.4.4 Manfaat Bagi Pihak Lain .....	11
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>12</b>
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 <i>Customer Values</i> .....	12
2.1.1.1 <i>Identity and the Self</i> .....	12
2.1.1.4 <i>Social and Cultural Identity</i> .....	16

2.1.1. <i>Shopping Values</i> .....	16
2.1.1.1. Nilai utilitarian .....	17
2.1.1.2. Nilai hedonis .....	18
2.1.2 <i>Customer experiences</i> .....	19
2.1.2. Definisi Generasi Z .....	24
2.2 Matriks Penelitian Terdahulu .....	27
2.3 Kerangka Berpikir .....	45
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>46</b>
3.1. Jenis Penelitian.....	46
3.2. Tempat dan Waktu Penelitian .....	46
3.3. Objek Penelitian dan Subjek Penelitian .....	46
3.4. Populasi dan Sampel Penelitian .....	49
3.4.1. Populasi .....	49
3.4.2. Sampel.....	50
3.5. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	50
3.6. Metodologi .....	52
3.7. Instrumen Penelitian.....	54
3.7.1 Pertanyaan Wawancara .....	56
3.8. Triangulasi.....	58
3.9. Teknik Analisis Data.....	59
<b>BAB IV .....</b>	<b>61</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>61</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	61
4.2 Informasi Data Narasumber .....	63
4.3. Penyajian Data .....	65
4.4. Karakteristik Pengguna <i>Smartphone</i> iPhone.....	66

a. Program Studi Manajemen.....	66
b. Program Studi Ilmu Komunikasi .....	66
c. Program Studi Ilmu Politik.....	67
d. Karakteristik Pengguna <i>Smartphone</i> iPhone Di Seluruh Program Studi.....	67
e. Pola Perilaku Konsumtif Generasi Z.....	68
4.5. <i>Customer Values</i> dan Pengelompokkan <i>Customer Values</i> Pengguna <i>Smartphone</i> iPhone .....	69
4.5.1 Pengelompokkan <i>Customer Values</i> Pengguna <i>Smartphone</i> iPhone Program Studi Manajemen Angkatan 2020.....	69
4.5.2 Pengelompokkan <i>Customer Values</i> Pengguna <i>Smartphone</i> iPhone Program Studi Ilmu Komunikasi Angkatan 2020.....	72
4.5.3 Pengelompokkan <i>Customer Values</i> Pengguna <i>Smartphone</i> iPhone Program Studi Ilmu Politik Angkatan 2020.....	74
4.6 Pengelompokkan <i>Customer Values</i> Pengguna <i>Smartphone</i> iPhone Program Studi Manajemen, Ilmu Komunikasi, dan Ilmu Politik Angkatan 2020.....	77
4.7. Pengelompokkan <i>Pain Points</i> Masing-Masing Program Studi Angkatan 2020	80
4.7.1 Pengelompokkan <i>Pain Points</i> Pengguna <i>Smartphone</i> iPhone Program Studi Manajemen Angkatan 2020 .....	80
4.7.2 Pengelompokkan <i>Pain Points</i> Pengguna <i>Smartphone</i> iPhone Program Studi Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 .....	82
4.7.3. Pengelompokkan <i>Pain Points</i> Pengguna <i>Smartphone</i> iPhone Program Studi Ilmu Politik Angkatan 2020.....	87
4.8. Pengelompokkan <i>Pain Points</i> Pengguna <i>Smartphone</i> iPhone Pada Program Studi Manajemen, Ilmu Komunikasi, dan Ilmu Politik Angkatan 2020.....	91
<b>BAB V.....</b>	<b>96</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>96</b>
5.1 Kesimpulan .....	96

5.2 Saran.....	96
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>99</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 TOP <i>Brand Award Smartphone</i> Tahun 2016 - 2020.....	7
Tabel 2. 1 Pengelompokkan Generasi.....	26
Tabel 2. 2 Matriks Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3.3. 1 Data Demografi Narasumber .....	49
Tabel 3.7. 1 <i>Guide Discussion</i> .....	54
Tabel 3.7. 2 Panduan Wawancara.....	56
Tabel 4.2. 1 Data Demografi Narasumber .....	65
Tabel 4.5. 1 Pengelompokkan <i>Customer Values</i> Pengguna <i>Smartphone</i> iPhone Program Studi Manajemen Angkatan 2020 .....	69
Tabel 4.5. 2 Pengelompokkan <i>Customer Values</i> Pengguna <i>Smartphone</i> iPhone Program Studi Ilmu Komunikasi Angkatan 2020.....	72
Tabel 4.5. 3 Pengelompokkan <i>Customer Values</i> Pengguna <i>Smartphone</i> Program Studi Ilmu Politik Angkatan 2020.....	75
Tabel 4.6. 1 Pengelompokkan <i>Customer Values</i> Pengguna <i>Smartphone</i> iPhone Di Ketiga Program Studi (Manajemen, Ilmu Komunikasi, dan Ilmu Politik) Angkatan 2020.....	77
Tabel 4.7. 1 Pengelompokkan <i>Pain Points</i> Pengguna <i>Smartphone</i> iPhone Program Studi Manajemen Angkatan 2020.....	80
Tabel 4.7. 2 Pengelompokkan <i>Pain Points</i> Pengguna <i>Smartphone</i> iPhone Program Studi Ilmu Komunikasi Angkatan 2020.....	82
Tabel 4.7. 3 Pengelompokkan <i>Pain Points</i> Pengguna <i>Smartphone</i> iPhone Program Studi Ilmu Politik Angkatan 2020.....	87
Tabel 4.8. 1 Pengelompokkan <i>Pain Points</i> Pengguna <i>Smartphone</i> iPhone Di Program Studi (Manajemen, Ilmu Komunikasi, dan Ilmu Politik) Angkatan 2020 .....	91
Tabel 6. 1 Hasil Wawancara Informan Pengguna <i>Smartphone</i> iPhone Program Studi Manajemen Angkatan 2020 .....	142
Tabel 6. 2 Hasil Wawancara Informan Pengguna <i>Smartphone</i> iPhone Program Studi Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 .....	149
Tabel 6. 3 Hasil Wawancara Informan Pengguna <i>Smartphone</i> iPhone Program Studi Ilmu Politik Angkatan 2020.....	166

Tabel 6.5. 1 Analisis Data <i>Customer Values</i> dan Pengelompokkan <i>Customer Values</i> Pengguna <i>Smartphone</i> iPhone.....	225
Tabel 6.5. 2 Analisa Data <i>Pain Points</i> dan Pengelompokkan <i>Pain Points</i> Pengguna <i>Smartphone</i> iPhone .....	229

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 <i>Forecast</i> Industri Elektronik .....	1
Gambar 1. 2 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia .....	3
Gambar 1. 3 Merek <i>Handphone</i> yang Paling Banyak Digunakan di Indonesia .....	5
Gambar 1. 4 Pangsa Pasar Iphone di Indonesia Tahun 2013-2023.....	6
Gambar 1. 5 Presentase Usia Pengguna Iphone .....	8
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir .....	45
Gambar 2.1. 1 Model <i>Customer Values</i> .....	16
Gambar 2.1. 2 <i>Positive Reinforcement</i> .....	23
Gambar 2.1. 3 <i>Negative Reinforcement</i> .....	24
Gambar 2.1. 4 <i>Punishment</i> .....	24
Gambar 3.5. 1 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	52

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>105</b>
<b>TRANSKRIP WAWANCARA .....</b>	<b>105</b>
Tabel 6. 1 Hasil Wawancara Informan Pengguna <i>Smartphone</i> iPhone Program Studi Manajemen Angkatan 2020 .....	142
Tabel 6. 2 Hasil Wawancara Informan Pengguna <i>Smartphone</i> iPhone Program Studi Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 .....	149
Tabel 6. 3 Hasil Wawancara Informan Pengguna <i>Smartphone</i> iPhone Program Studi Ilmu Politik Angkatan 2020 .....	166
<b>LAMPIRAN ANALISIS DATA NARASUMBER.....</b>	<b>180</b>
6.4. Analisis <i>Customer Values</i> Dari Data Verbatim .....	180
6.4.1 Karakteristik Pengguna <i>Smartphone</i> iPhone Program Studi Manajemen, Ilmu Komunikasi, dan Ilmu Politik Angkatan 2020 .....	180
6.4.1.1. Program Studi Manajemen Angkatan 2020.....	180
6.4.1.2. Program Studi Ilmu Komunikasi Angkatan 2020.....	181
6.4.1.3. Program Studi Ilmu Politik Angkatan 2020 .....	183
6.4.2. Pola Perilaku Konsumtif Generasi Z.....	185
6.4.2.1. Program Studi Manajemen Angkatan 2020.....	185
6.4.2.2. Program Studi Ilmu Komunikasi Angkatan 2020.....	186
6.4.2.3. Program Studi Ilmu Politik Angkatan 2020 .....	188
6.4.3. <i>Customer Values</i> Pengguna <i>Smartphone</i> iPhone .....	190
6.4.3.1. Program Studi Manajemen Angkatan 2020.....	190
1. Narasumber Angelin Queentha Chandra Miyanto .....	190
2. Narasumber Muhammad Bimo Putra Wicaksono.....	191
3. Narasumber Akmal Athallah.....	193
6.4.3.2. Program Studi Ilmu Komunikasi Angkatan 2020.....	194



1.	Narasumber Dyandra Saraswati.....	194
2.	Narasumber Salsabilla.....	198
3.	Narasumber Syahrul Gumilar .....	200
6.4.3.3.	Program Studi Ilmu Politik Angkatan 2020 .....	202
1.	Narasumber Amoreta Kirei Zafira .....	202
2.	Narasumber Ria Silva .....	204
3.	Narasumber Dhearti Ruggu.....	206
6.4.4.	Pain <i>Points</i> Pengguna <i>Smartphone</i> iPhone.....	207
6.4.4.1.	Program Studi Manajemen Angkatan 2020.....	207
1.	Narasumber Angelin Queentha Chandra Miyanto.....	207
2.	Narasumber Muhammad Bimo Putra Wicaksono.....	209
3.	Narasumber Akmal Athallah.....	210
6.4.4.2.	Program Studi Ilmu Komunikasi Angkatan 2020.....	211
1.	Narasumber Dyandra Saraswati.....	211
2.	Narasumber Salsabilla.....	213
3.	Narasumber Syahrul Gumilar .....	215
6.4.4.3.	Program Studi Ilmu Politik Angkatan 2020 .....	217
1.	Amoreta Kirei Zafira.....	217
2.	Ria Silva.....	219
3.	Dhearti Ruggu .....	223
Tabel 6.5. 1 Analisis Data <i>Customer Values</i> dan Pengelompokkan <i>Customer Values</i> Pengguna <i>Smartphone</i> iPhone.....		225
Tabel 6.5. 2 Analisa Data <i>Pain Points</i> dan Pengelompokkan <i>Pain Points</i> Pengguna <i>Smartphone</i> iPhone .....		229
<b>DOKUMENTASI FOTO WAWANCARA .....</b>		<b>235</b>
1.	Wawancara Anglein Queentha Chandra Miyanto – Program Studi Manajemen Angkatan 2020 .....	235

2.	Wawancara Akmal Athallah Maryadi – Program Studi Manajemen Angkatan 2020 .....	235
3.	Wawancara Muhammad Bimo Putra Wicaksono – Program Studi Manajemen Angkatan 2020 .....	235
4.	Wawancara Ria Silva – Program Studi Ilmu Politik Angkatan 2020 .....	236
5.	Wawancara Dhearti Ruggu – Program Studi Ilmu Politik Angkatan 2020	236
6.	Wawancara Amoreta Kirei Zafira – Program Studi Ilmu Politik Angkatan 2020	236
7.	Wawancara Salsabilla – Program Studi Ilmu Komunikasi Angkatan 2020	237
8.	Wawancara Syahrul Gumilar – Program Studi Ilmu Komunikasi Angkatan 2020	237
9.	Wawancara Dyandra Saraswati – Program Studi Ilmu Komunikasi Angkatan 2020	238