

INTISARI

Seiring dengan perkembangan zaman, *handphone* berkembang ke arah yang lebih baik dari sebelumnya. Semakin lama bentuk *handphone* semakin menarik dan fasilitasnya pun semakin canggih. Saat ini, *handphone* tidak hanya digunakan untuk telepon dan mengirim pesan singkat (SMS) saja, tetapi sejalan dengan perkembangannya, *handphone* juga dilengkapi dengan fitur-fitur lain yang dapat digunakan untuk bermacam keperluan mulai dari mendengarkan musik, memotret, bermain *game*, bahkan untuk mengakses *internet* dengan kecepatan tinggi. Karena terjadi inovasi fitur *handphone* yang semakin canggih dan terus-menerus, muncul suatu istilah baru untuk *handphone* yang memiliki fitur tinggi, yaitu *smartphone*.

Saat ini pasar *smartphone* Indonesia didominasi oleh Apple iPhone, Samsung, dan Blackberry. Berdasarkan sudut pandang konsumen, ketiga merek tersebut memiliki atribut produk yang beragam.

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan *Brand Mapping* (pemetaan merek) dari *smartphone* merek Samsung, Blackberry, dan Apple iPhone berdasarkan atribut produk (kualitas, fitur, gaya dan desain). Metode pengolahan data dalam penelitian ini adalah *Mean*, *Standard Deviation*, Diagram Batang, dan *Scatter*. Penelitian ini dilakukan di Surabaya. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden untuk tiap merek.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Samsung dipersepsikan responden sebagai *smartphone* yang lebih unggul pada dimensi kualitas produk, sedangkan Apple iPhone dipersepsikan responden sebagai *smartphone* yang lebih unggul pada dimensi fitur, gaya dan desain produk. Selain itu, dari kategori fitur produk, Samsung dipersepsikan responden sebagai *smartphone* yang unggul pada fitur konektivitas, sedangkan *smartphone* Apple iPhone dipersepsikan unggul pada fitur *entertainment*, *processing power*, dan *camcorder*.

Kata kunci: pemetaan merek (*Brand Mapping*), *smartphone*, atribut produk, kualitas produk, fitur produk, gaya dan desain produk

ABSTRACT

Along with the time development, handphone has developed to a better way than before. The design of handphone is getting attractive as well as the more sophisticated facilities. Nowadays, handphone is not only used to make a call and to send short message (SMS), but along with the development, it is also equipped by other features for various needs, from listening to music, photographing, playing games, to accessing high-speed internet. Since the happening of the innovation of its constant sophisticated features, appears a new term for high-quality features handphone which is called smartphone.

Now smartphone market in Indonesia is dominated by iPhone by Apple, Samsung, and Blackberry. Based on the consumer's perception, the three brands have various product attributes.

This study aims to describe Brand Mapping of smartphones namely Samsung, Blackberry, and iPhone by Apple based on their product attributes (i.e. quality, features, style, and design). Data processing method in this study is Mean, Standard Deviation, Bar Chart, and Scatter. This study was conducted in Surabaya. There were 100 respondents for each brand.

The result of the study suggests that Samsung is perceived as an excellent smartphone on product quality dimensional, while iPhone by Apple is perceived as an excellent smartphone on the features, style and product design dimensional. Moreover, from the product feature category, Samsung is perceived as an excellent smartphone on connectivity feature, while iPhone by Apple is perceived as an excellent smartphone on the entertainment, processing power, and camcorder features.

Keywords: brand mapping, smartphone, product attributes, product quality, product features, product style and design.