

Perkembangan teknologi saat ini semakin maju dengan berbagai macam inovasi yang dibuat oleh berbagai macam produsen yang bergerak dibidang teknologi dan telekomunikasi. Saat ini salah satu alat komunikasi yang sedang trend di pasar adalah smartphone. Semakin banyaknya tipe smartphone yang beredar mengakibatkan terjadinya persaingan ketat antar produsen smartphone yang beredar saat ini. Oleh karena itu perlu dilakukan survei pasar agar dapat diketahui selera konsumen maupun perkembangan produk tersebut sehingga dapat dijadikan sebagai dasar strategi pengembangan produk. Memperhatikan hal tersebut penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor yang diprioritaskan konsumen dalam memilih smartphone dan mengetahui keunggulan masing-masing tipe smartphoneserta strategi pengembangan produk yang tepat. Penelitian ini dipilih tiga tipe smartphone yang akan diteliti, yaitu Blackberry Onyx, Samsung W18150, dan Nokia E6. Tahapan penelitian ini terdiri dari dua tahap, yaitu penelitian pendahuluan bertujuan untuk menentukan atribut dan tingkat kepentingan sebagai dasar penelitian inti. Pada penelitian inti dilakukan penyebaran kuesioner yang terdiri dari kuesioner manual dan kuesioner online. Tahapan penelitian dilakukan dengan mengidentifikasi market share dan keinginan konsumen, identifikasi segmen, mendiskripsikan keunggulan masing-masing produk, dan penyusunan usulan strategi pengembangan produk untuk masing-masing smartphone. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi dalam memilih smartphone adalah kelayakan jaringan, kelengkapan aplikasi, konektivitas, teknologi, dan multifungsi. Blackberry Onyx unggul dalam hal fitur BBM, koneksi internet cepat, dan model. Samsung Galaxy W18150 unggul dalam hal kelengkapan aplikasi, kelengkapan fitur, dan kemudahan pengoperasian. Nokia E6 unggul dalam hal ukuran pixel kamera, kemudahan pengoperasian, dan kejernihan audio. Berdasarkan hasil tersebut, strategi pengembangan produk yang diusulkan untuk Blackberry Onyx peningkatan pada fitur BBM, koneksi jaringan, dan model, dengan pengembangan pada daya tahan baterai dan lebih multifungsi. Samsung Galaxy W18150 peningkatan pada kelengkapan aplikasi, kelengkapan fitur, dan kemudahan pengoperasian, dengan pengembangan pada aplikasi internal untuk sesama merek dan kinerja produk. Nokia E6 peningkatan pada ukuran pixel kamera, kemudahan pengoperasian, dan kejernihan audio, dengan pengembangan pada konektivitas jaringan dan ukuran pixel kamera lebih diperbesar.

Kata kunci: smartphone, segmentasi, strategi pengembangan produk, blackberry, samsung galaxy, nokia