

## ABSTRAKSI

Coryna , Nomor Induk Mahasiswa 152130023, program Studi Adminitrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik , Universitas Pembangunan Nasional “ Veteran” Yogyakarta. Judul penelitian “Analisis Citra Merek *Smartphone* Iphone 5s dan Samsung S5 “ ( studi komparatif pada mahasiswa perguruan tinggi dikawasan Babarsari Yogyakarta), 2018. Dosen pembimbing I Dr. Sigit Haryono , M.Si dan pembimbing II Dr.Lukmono Hadi,MS.

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis citra merek *smartphone* Iphone 5s dan Samsung S5. Penelitian ini menggunakan tipe penelitian jenis penelitian survey yang dilakukan terhadap pelanggan Iphone 5s dan Samsung S5 yang sedang memakai atau pernah memakai *smartphone* Iphone 5s dan Samsung s5. Penelitian ini bertipe deskriptif komparatif. Teknik pengambilan sample menggunakan *Probability Sampling* dengan jumlah responden sebanyak 68 orang, yang terdiri dari mahasiswa dikawasan Babarsari Yogyakarta yang pernah memakai atau sedang memakai *smartphone* Iphone 5s dan Samsung S5. Analisis data menggunakan analisis Cochran Q- analisis Citra digunakan untuk menjawab rumusan masalah, adapun langkah-langkah yang digunakan adalah: analisis pengenalan dan kesukaan dan diagram ular , serta analisis uji beda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat pengenalan dan kesukaan terhadap *smartphone* Iphone 5s dikalangan mahasiswa perguruan tinggi di daerah Babarsari cukup tinggi, sedangkan untuk *Smartphone* Samsung S5 berdasarkan matrik tingkat pengenalan dan kesukaan dapat dianalisis bahwa tingkat pengenalan di atas rata-rata ,namun di tingkat kesukaan *smartphone* samsung S5 di bawah rata-rata. Selain dengan Analisis Pengenalan dan kesukaan, analisis citra merek juga dilakukan dengan menggunakan diagram ular. *Smartphone* analisis Uji beda dapat disimpulkan bahwa *smartphone* Iphone 5s dan Samsung S5 tidak memiliki perbedaan citra di kalangan mahasiswa perguruan tinggi kawasan babarsari. Hasil uji perbedaan dengan menggunakan paired sample test menunjukkan nilai t- hitung sebesar 0,229 dan sig. 0,826 ( $p > 0,05$ ). Dengan demikian dinyatakan tidak terdapat perbedaan yang signifikan citra merek Iphone dengan merek Samsung pada kampus UPN,Atma Jaya dan STTNAS.

Berdasarkan hasil penelitian, kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan harus memasukan atribut-atribut prospek yang diinginkan pelanggan *smartphone* iphone 5s dan samsung S5. Kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan *smartphone* Iphone 5s berdasarkan analisis pengenalan dan kesukaan harus behavioral atau mendorong berperilaku pengguna iphone 5s, sedangkan untuk kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan Samsung S5 adalah behavioral atau mendorong berperilaku, sehingga menjadi tugas perusahaan untuk membuat kegiatan yang bertujuan untuk mengenalkan produknya lebih intens lagi, serta melakukan kegiatan untuk merangsa afeksi dari pasar sasaran. Berdasarkan hasil dari analisis diagram ular , *smartphone* Iphone 5s yang memiliki atribut citra merek yang condong kekanan adalah hasil kamera yang bagus. citra merek untuk *smartphone* Iphone 5s yang baik juga terdapat pada memiliki fitur yang lengkap.diagram ular pada *smartphone* Iphone 5s adalah merek yang dikenal hampir semua kalangan hal ini menjadi nilai tambahan pada *smartphone* Iphone 5s karna hampir semua kalangan mengenal merek *smartphone* Iphone 5s tersebut. Sedangkan untuk *smartphone* Samsung S5 yang atributnyanya condong kekiri adalah memiliki desain yang mewah hal ini sebaiknya menjadi suatu loncatan untuk perusahaan *smartphone* Samsung S5 merubah desainnya agar menjadi lebih bagus atau mewah agar pelanggan menyukai desainnya lagi .

**Kata kunci : citra merek, *smartphone***