

ABSTRAKSI

Mochtar Fani Wibowo, Nomor Pokok Mahasiswa 152120002, Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Judul penelitian Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Produk *Smartphone* (Studi perbandingan terhadap *Smartphone* Xiaomi dan Lenovo), 2016. Dosen pembimbing I Saaptika Kancana dan dosen pembimbing II Suratna.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap kualitas produk *smartphone* Xiaomi dan Lenovo. Jenis penelitian Deskriptif komparatif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *simple random sampling* dengan ukuran sampel 86 responden melalui penyebaran menggunakan aplikasi *google form*, cara penyebaran dengan membuat *link* yang sudah terdapat form kuesioner didalamnya dan disebar kepada mahasiswa aktif di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta Angkatan 2013-2015.

Berdasarkan penelitian dengan metode *Perceived Quality*, diketahui total PQ relatif dan Kepentingan relatif dari *smartphone* Xiaomi sebesar 0,0827 dan 0,0828. PQ relatif dan Kepentingan relatif dari *smartphone* Lenovo sebesar 0,0828 dan 0,0829 dengan GAP dari kedua *smartphone* tersebut sebesar 0,0001 masing-masing tingkatannya memiliki selisih yang sangat kecil.

Saran dari penelitian ini terhadap *smartphone* Xiaomi dan Lenovo adalah diharapkan agar memperbaharui setiap pengambilan data yang akan diteliti, sehingga objek dari penelitian dapat mendapatkan hasil yang terbaru dan valid. Selalui memperbaharui dan menginovasikan setiap produk *smartphone* agar dapat lebih diminati para konsumen dan menjadi keunggulan terhadap persepsi konsumen. Ruang lingkup penelitian ini terbatas hanya pada lingkup Mahasiswa Fisip UPN “Veteran” Yogyakarta Angkatan 2013-2015 saja dengan kriteria sedang atau telah menggunakan *smartphone* Xiaomi dan Lenovo sehingga belum mencerminkan hasil secara keseluruhan konsumen. Oleh karena itu, pada penelitian yang dimasa mendatang hendaknya menggunakan ukuran sampel yang lebih besar dan cakupan identitas responden yang lebih terperinci.

Kata Kunci: Persepsi Konsumen, Kualitas Produk, *Smartphone* Xiaomi dan Lenovo.