

ABSTRAK

Saat ini pilihan utama konsumen dalam membeli telepon seluler adalah *smartphone*, dimana memiliki keunggulan yang tidak dimiliki telepon seluler standart. Oleh karena itu perlu dilakukan survei pasar karena ada kompetisi antara produk *smartphone* untuk mengetahui perkembangan peta posisi produk *smartphone* dan perilaku konsumen dalam memilih produk *smartphone*. Memperhatikan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perkembangan peta posisi produk *smartphone* yang terdapat di Kota Surakarta dan atribut yang menjadi prioritas bagi konsumen di wilayah Kota Surakarta dalam memilih *smartphone*. Penelitian dilakukan di Kota Surakarta, dengan pengambilan data menggunakan kuesioner.

Penelitian dilakukan pada delapan *smartphone* yang terlaris pada bulan April 2013 secara nasional, yaitu Samsung Galaxy S4, Iphone 5, Samsung Galaxy Note 2, HTC One, Sony Xperia Z, Google Nexus 4, LG Optimus G dan Nokia Lumia 920. Dan atribut yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih *smartphone* adalah sistem operasi, desain produk, fitur/fungsi tambahan, sparepart, harga beli, dan harga jual. Langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian antara lain identifikasi segmen dengan metode K-means program Cluster SPSS, penyusunan deskriptor tiap segmen dengan metode Crosstab, penentuan peta posisi produk telepon seluler *smartphone* dengan metode skala multidimensional non metrik, perhitungan arah vektor atribut dengan metode Regresi Linear program SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa posisi masing-masing merek dan atribut keunggulan berdasarkan peta persepsi adalah Samsung Galaxy berada pada kuadran empat dimana unggul pada semua atribut. Samsung Galaxy Note 2 berada pada kuadran satu. Iphone 5, Sony Xperia Z, HTC One, Google Nexus 4, LG Optimus G, dan Nokia Lumia 920 berada pada kuadran dua, dimana menunjukkan tingkat kepuasan konsumen terhadap produk yang bersangkutan baik.

Kata kunci : *smartphone*, segmentasi, positioning