

ABSTRAK

Saat ini yang menjadi 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 untuk mengetahui perkembangan peta posisi produk telepon seluler *smartphone* dan perilaku konsumen dalam memilih produk telepon seluler *smartphone*. Memperhatikan hal tersebut, tugas akhir ini bertujuan untuk mengetahui perkembangan peta posisi produk telepon seluler *smartphone* yang terdapat di Kota Surakarta dan atribut yang menjadi prioritas bagi konsumen di wilayah Kota Surakarta dalam memilih telepon seluler *smartphone*. Penelitian dilakukan di Kota Surakarta, dengan pengambilan data menggunakan kuesioner.

Penelitian dilakukan pada delapan telepon seluler *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 telepon seluler *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, penyusunan deskriptor tiap segmen, penentuan peta posisi produk telepon seluler *smartphone*, perhitungan arah vektor atribut.

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 : *telepon selular smartphone, segmentasi, positioning*