

ABSTRAK

Saat ini perkembangan dunia telekomunikasi mengalami perubahan yang sangat signifikan, mulai dari jaringan *first generation*, 2G, 3G, hingga 4G. Sejalan dengan perkembangan tersebut maka muncul sebuah konsep telepon seluler pintar atau yang biasa disebut dengan *smartphone*. Pilihan yang beragam menuntut konsumen semakin selektif dalam memilih *smartphone* yang berkualitas sesuai dana dan kebutuhan. Dalam mengembangkan strategi pemasaran untuk produk-produk individual, penjual harus memperhatikan kualitas produk dan pemberian merek (*branding*). Samsung Galaxy S4 dan Lenovo K900 sudah memiliki brand yang kuat di masyarakat sebagai *smartphone* handal saat ini. Sangat menarik untuk membandingkan mana *smartphone* yang memiliki kualitas paling baik dan *brand image* yang kuat di masyarakat.

Penelitian ini termasuk ke dalam penelitian deskriptif dengan metode komparatif yang melibatkan masing-masing 200 orang pengguna *smartphone* Samsung Galaxy S4 dan 200 orang pengguna Lenovo K900 sebagai responden, dengan pengambilan sampel menggunakan teknik *Incidental sampling*. Penelitian ini menggunakan metode komparatif untuk membandingkan persamaan dan perbedaan dua atau lebih fakta-fakta dan sifat-sifat objek yang di teliti berdasarkan kerangka pemikiran tertentu.

Tanggapan konsumen mengenai *product quality* dari produk *smartphone* Samsung Galaxy S4 adalah sangat baik, berdasarkan dengan hasil pengolahan data diperoleh persentase rata-rata skor total adalah sebesar 84,8% dan sebesar 78,6% untuk Lenovo K900 yang termasuk kedalam kategori baik dalam garis kontinum. Sedangkan untuk variabel *brand image* dari produk *smartphone* Samsung Galaxy S4 adalah sangat baik berdasarkan dengan hasil pengolahan data diperoleh persentase rata-rata skor total sebesar 84,2% dan 76,5% untuk Lenovo K900. Hasil uji beda dengan menggunakan *Mann-Whitney U-test* dan *Z-test*, maka dapat disimpulkan bahwa terjadi perbedaan *product quality* Samsung Galaxy S4 dengan Lenovo K900 secara signifikan sebesar 3,97%, sedangkan untuk perbedaan *brand image* Samsung Galaxy S4 dengan Lenovo K900 secara signifikan sebesar 2,45%. Perbedaan ini tidak terlalu besar, kedua *smartphone* ini cenderung memiliki *product quality* dan *brand image* yang baik dan tidak jauh berbeda.

Kata Kunci : *Brand Image, Comparative Research, Product Quality*