

ABSTRAK

Smartphone merupakan salah satu media komunikasi yang paling sering digunakan masyarakat. *Smartphone* tersedia dengan berbagai macam sistem operasi, salah satunya system operasi Android yang menguasai pangsa pasar di Indonesia. Para produsen *smartphone*-pun berlomba-lomba dalam menciptakan *smartphone* berbasis sistem operasi Android, diantaranya Sony, Lenovo, LG, Samsung dan Oppo. Analisis *positioning* sangat dibutuhkan guna mengetahui kebutuhan pasar, kelebihan dan kekurangan dari masing-masing produk.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *positioning* dari kelima merek *smartphone* yaitu Sony, Lenovo, LG, Samsung dan Oppo berdasarkan persepsi konsumen dengan menggunakan lima atribut, yaitu: *design, ease of use, brand, durability, price*.

Pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada 400 responden di Indonesia. Teknik analisis data menggunakan Multidimensional Scaling (MDS) yang akan menghasilkan peta visual mengenai persaingan *smartphone* berdasarkan atribut-atribut yang telah dipilih.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *smartphone* (Samsung, Sony, Oppo, LG dan Lenovo) memiliki tingkat persaingan tersendiri. Akan tetapi berdasarkan persepsi konsumen terhadap lima atribut yang digunakan, *smartphone* Samsung menjadi yang terbaik, diikuti oleh LG, Oppo, Sony dan Lenovo.

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan pada setiap perusahaan merek *smartphone* untuk dapat mempertahankan atribut yang dipersepsikan konsumen baik dan lebih mengembangkan lagi atribut yang dipersepsikan konsumen buruk.

Kata Kunci: Android, MDS, *Positioning*, *Smartphone*.