

ABSTRAK

Penelitian yang berjudul “Analisis Peta Persepsi Pemilihan Atribut Produk *PC Tablet* di Universitas Telkom (Studi Pada *Apple, Asus, Advan, Lenovo* dan *Samsung*)” dilakukan mengingat semakin majunya teknologi yang membuat orang-orang yang semakin membutuhkan produk minimalis dan sistem yang canggih membuat pengusaha produk *PC Tablet* semakin bersaing. Kemajuan teknologi yang semakin canggih dan berinovasi saat ini membuat banyak masyarakat kebingungan dalam memutuskan produk apa yang akan dipilih. Sehingga dibutuhkan persepsi konsumen yang baik dalam pemilihan melihat atribut produk sebelum menggunakannya.

Penelitian bertujuan mengetahui persepsi pemilihan atribut produk *PC Tablet* di Universitas Telkom (Studi Pada *Apple, Asus, Advan, Lenovo* dan *Samsung*). Metode yang digunakan yaitu metode kuantitatif berlandaskan pada filsafat positivisme. Populasi penelitian yaitu Mahasiswa Universitas Telkom sebanyak 275 orang sebagai sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 275 responden yang penulis teliti di Universitas Telkom cenderung memiliki persepsi yang lebih positif terhadap produk *PC Tablet* merek *Samsung* dan *Apple* dibanding merek *Lenovo, Asus*, dan *Advan*.

Merek *Samsung* dan *Apple* dianggap memiliki atribut produk yang lebih diunggulkan oleh responden, seperti spesifikasi dan desain produk yang baik. Sementara merek *Lenovo, Asus*, dan *Advan* terlihat kurang diminati oleh responden karena kurang memiliki keunggulan di bidang atribut produk, meskipun merek *Advan* memiliki atribut harga yang baik.

Kata Kunci : Atribut Produk, Mahasiswa, *PC Tablet*, Peta Persepsi