

**ANALISIS POSITIONING ATRIBUT PRODUK PADA 4 MEREK
SMARTPHONE CINA BERDASARKAN PERSEPSI KONSUMEN DI
INDONESIA**

Abstrak

Oleh :
Retno Rismawati

Perkembangan persaingan *Smartphone* asal China saat ini sangat *signifikan*. Riset dari *counterpoint* dalam selular.id menyebutkan *top 4 Smartphone* asal China pada kuartal 2 tahun 2021 yaitu Oppo, Xiaomi, Realme, dan Vivo. Penelitian ini bertujuan untuk melihat peta posisioning 4 *Smartphone* asal China tersebut berdasarkan atribut desain, kamera, fitur, memori, *processor*, layar, baterai, *durability*, *ease of use*, dan harga. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah salah satu dari pengguna 4 merek *Smartphone* tersebut dengan teknik pengambilan sampel secara *purposive sampling*. Responden yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 orang. Hasil penelitian menggunakan analisis Multidimensional Scalling didapat peta *positioning* *Smartphone* Xiaomi dan Vivo memiliki titik koordinat yang berdekatan menunjukkan bahwa kedua *smartphone* tersebut menurut konsumen memiliki persamaan persepsi atau kemiripan satu sama lain, sedangkan pada Oppo dan Realme memiliki titik koordinat yang berjauhan yang artinya kedua *smartphone* tersebut tidak memiliki kemiripan berdasarkan ke 10 atribut yang digunakan.

Kata kunci : *Positioning*, *Smartphone* China, Atribut produk, Persepsi.

POSITIONING ANALYSIS OF PRODUCT ATTRIBUTES ON 4 CHINESE SMARTPHONE BRANDS BASED ON CONSUMER PERCEPTION IN INDONESIA

Abstract

By:
Retno Rismawati

The development of Smartphone competition from China is currently very significant. Research from counterpoint in cellular.id states that the top 4 smartphones from China in the second quarter of 2021 are Oppo, Xiaomi, Realme, and Vivo. This study aims to look at the positioning map of the 4 Smartphones from China based on the attributes of design, camera, features, memory, processor, screen, battery, durability, ease of use, and price. The population used in this study was one of the users of the 4 Smartphone brands with a purposive sampling technique. Respondents used in this study amounted to 100 people. The results of the study using Multidimensional Scaling analysis obtained that Xiaomi and Vivo have adjacent coordinate points indicated that the two Smartphones have the same perception or resemblance to each other, while Oppo and Realme have coordinate points that are far apart which means they are not have similarities according to consumer based on the 10 attributes used.

Keywords: *Positioning, Chinese Smartphone, Product Attributes, Perception.*