

## INTISARI

Tujuan dari penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui kemiripan (*similarity*) antara *smartphone* Blackberry dengan pesaingnya yaitu *smartphone* Samsung, Lenovo, dan Evercoss, (2) untuk mengetahui apa yang menjadi keunggulan dari *smartphone* Blackberry dibandingkan dengan *smartphone* pesaingnya, dan (3) untuk mengetahui implikasi strategi yang relevan dalam memperkuat *positioning* *smartphone* Blackberry. Responden yang diteliti sebanyak 100 responden dengan menggunakan alat analisis *Multi Dimensional Scaling* (MDS) guna mengetahui kemiripan antar *smartphone* dan alat analisis *Correspondence Analysis* (CA) untuk mengetahui keunggulan masing-masing variabel setiap *smartphone*.

Hasil pada analisis MDS tidak terdapat kemiripan antara *smartphone* yang dibandingkan. Sementara pada analisis korespondensi terdapat 4 hal tentang keunggulan atribut setiap *smartphone*, yaitu: *smartphone* Blackberry memiliki kelebihan pada atribut memiliki banyak variasi produk, kualitas produk tinggi, layanan purna jual (layanan serfis center baik), dan merek dikenal *smartphone* Samsung memiliki keunggulan pada atribut desain produk yang menarik, citra produk yang baik, dan harga jual setelah pakai (bekas) tinggi, *smartphone* Lenovo memiliki kedekatan dengan atribut batre yang tahan lama. *smartphone* Evercoss memiliki kedekatan dengan atribut harga beli produk terjangkau.

Kata kunci : *Positioning, smartphone.*

## ABSTRACT

The purpose of this study was (1) to determine the similarity between a Blackberry smartphone with its competitors Samsung smartphones, Lenovo, and Evercoss, (2) to find out what the advantages of the Blackberry smartphone smartphones compared to its competitors, and (3) to determine the implications of the strategy relevant in strengthening the positioning of the Blackberry smartphone. Respondents surveyed 100 respondents with meggunakan Multi Dimensional Scaling analysis tool (MDS) to determine the similarity between a smartphone and analysis tools Correspondence Analysis (CA) to determine the advantages of each variable every smartphone.

The results of the MDS analysis there is no resemblance between the smartphone comparison. While the correspondence analysis of the advantages there are 4 things every smartphone attributes, is: the Blackberry smartphone has the advantages of having a lot of variations on the attributes of products, high product quality, after-sales service (service center Serfis good), and a known brand Samsung smartphone has the advantage on the design attributes excellent product, good product image, and the selling price after wear (former) high, Lenovo smartphones have the closeness with long lasting battery attributes. Evercoss smartphone has a closeness with the attributes of the product purchase price affordable. Keywords: Positioning, smartphone.