

ABSTRAK

Pertumbuhan pengguna *smartphone* global diramalkan akan terus meningkat. Menanggapi pesatnya pertumbuhan tersebut, Apple mendapat respon positif pada penjualan produk *smartphonenya*, iPhone, di pasar dunia. Namun hal tersebut tampaknya tidak berjalan mulus di Indonesia, khususnya Bandung, karena iPhone masih kalah bersaing dengan para kompetitornya. Terkait dengan hal tersebut, perlu dilakukan penelitian mengenai preferensi konsumen muda terhadap atribut iPhone agar Apple dapat mengetahui atribut apa saja yang dianggap penting dan digemari oleh konsumennya.

Pada penelitian ini dilakukan pengukuran mengenai atribut yang ada pada iPhone, yakni *durability*, *operating system*, *screen size*, *camera*, dan RAM. Penelitian ini juga menganalisis *utility estimates*, *importance values*, dan korelasi antara *utility estimates* dengan tanggapan responden yang sebenarnya (*actual*).

Metode pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dengan bantuan Google Form yang diberikan kepada 387 pengguna *smartphone* yang tertarik menggunakan iPhone dan berdomisili di Bandung. Pengolahan data dibantu oleh SPSS 20.

Atribut yang memiliki nilai kepentingan tertinggi adalah *durability*, kemudian *operating system*, *screen size*, RAM, dan kamera. Berdasarkan *utilities estimates*, responden menggemari atribut *durability* iPhone yang mencapai lebih dari lima tahun, *operating system* menggunakan iOS 8, *screen size* 5,5 inci, kapasitas RAM dua gigabytes, dan resolusi kamera 12 megapixels. Pada uji korelasi, terdapat korelasi yang signifikan antara hasil *estimates* dan *actual*.

Menanggapi ketatnya persaingan *smartphone*, Apple sebaiknya memperhatikan atribut-atribut iPhone yang dianggap penting dan digemari respondennya dengan cara menyertakan informasi mengenai daya tahan iPhone pada kemasan, memperhatikan kecepatan performa pada perkembangan *operating system*, ukuran layar iPhone dibuat sebesar 5,5 inci, memasang RAM dengan kapasitas dua gigabytes, dan menyematkan kamera dengan resolusi 12 megapixels. Selain itu juga diharapkan adanya penelitian lebih lanjut mengenai penelitian sejenis mengingat preferensi konsumen muda terhadap atribut iPhone ini dapat berubah seiring berjalannya waktu.

Kata Kunci: Preferensi, iPhone, Analisis Konjoin