

ABSTRAK

Era globalisasi pada tahun 2019 ini menciptakan perkembangan teknologi yang sangat pesat, termasuk teknologi informasi dan komunikasi. Salah satu contoh teknologi informasi yaitu *smartphone* yang berkembang begitu pesat, perkembangan teknologi telekomunikasi *smartphone* yang begitu pesat sangat berdampak pada penggunaan *smartphone* di kalangan masyarakat, bukan hanya kalangan pembisnis saja yang menggunakannya tetapi kalangan umum bahkan pelajar pun menggunakan teknologi *smartphone* untuk kebutuhan sehari – hari.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap pemilihan *smartphone* serta atribut *smartphone* yang menghasilkan *customer value index* tertinggi dan untuk mengetahui atribut yang merupakan *value driver* dari konsumen *smartphone*.

Penelitian ini dilakukan dengan penelitian kuantitatif yang dilaksanakan dengan metode *conjoin*, pengambilan sample menggunakan metode *non probability purposive sampling*. Studi ini didasarkan pada data primer yang dilakukan melalui survey dari 406 pengguna *smartphone* di Indonesia. Analisis *conjoin* digunakan untuk memperkirakan kepentingan relatif atribut *smartphone* yang di buat pada kartu kombinasi atribut dan level. Atribut *smartphone* tersebut yaitu RAM, Memori, Kualitas Kamera, Ketahanan Baterai, warna, dan ukuran *smartphone*

Dalam analisis *conjoin* ini, hasil dari responden mengidentifikasi bahwa memori memiliki nilai kepentingan paling besar karena memiliki *customer value index* tertinggi, diikuti oleh kualitas kamera sebesar 0,693, ketahanan baterai sebesar 0,203, RAM sebesar 0,098, ukuran sebesar – 0,103, dan warna menjadi peringkat terendah sebesar – 0,032. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa memori adalah *value driver* bagi konsumen dalam memilih atribut *smartphone*.

Saran dari penelitian ini adalah para pelaku vendor *smartphone* dapat memproduksi *smartphone* yang berkembang sesuai dengan atribut *smartphone* yang memiliki tingkat kepentingan tertinggi yaitu “memori” dengan spesifikasi yang tinggi bagi konsumen *smartphone* dalam menghadapi persaingan dengan pelaku industri *smartphone* sejenis.

Kata kunci: Analisis Prefrensi, Smartphone, Memori