

## ABSTRAK

Pengguna *smartphone* di Indonesia diperkirakan akan terus meningkat setiap tahunnya. Hal tersebut membuat persaingan semakin ketat di dalam pasar *smartphone* dengan banyaknya merek masuk seperti Samsung, Xiomi, Oppo, iPhone, dll. Pada *market share smartphone*, Samsung menempati peringkat pertama sepanjang tahun 2020, tetapi grafiknya bersifat fluktuatif turun. Berdasarkan survey yang dilakukan terdapat kesimpulan bahwa loyalitas Samsung masih kalah dibandingkan dengan merek *smartphone* Apple dan Huawei. Artinya bahwa Samsung mengalami penurunan loyalitas konsumen.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui atribut *smartphone* Samsung yang paling penting bagi konsumen untuk loyal terhadap Samsung, mengetahui level *smartphone* Samsung yang paling bermanfaat bagi konsumen, dan mengetahui stimuli atau kombinasi atribut dan level yang paling disukai konsumen Samsung.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis konjoin dengan jenis sampel yang digunakan yaitu *non probability sampling* dengan *purposive sampling*. Kemudian pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara online yang menghasilkan 399 responden. Terdapat 4 atribut dengan beberapa level dari masing masing atribut yang akan dianalisis nilai *importance* dan nilai *utility* bagi konsumen di dalam penelitian ini.

Kemudian hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut *smartphone* Samsung yang paling penting bagi konsumen adalah atribut kualitas produk dan level *smartphone* yang paling bermanfaat bagi konsumen adalah level harga yang sesuai kualitas. Kombinasi atribut dan level yang paling disukai konsumen adalah kombinasi yang terdiri dari harga yang sesuai kualitas, kualitas layar edge display, desain ukuran yang mudah digenggam tangan, dan pelayanan yang responsif.

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi acuan bagi Samsung khususnya dalam pengembangan produk maupun pelayanannya mengikuti dari atribut serta level atribut dengan nilai paling tinggi dalam penelitian ini, dimana Samsung dapat membuat harga pada produknya sesuai dengan kualitasnya, harga bisa disesuaikan seiring dengan spesifikasi dari *smartphone* Samsung. Lalu kualitas produk, Samsung dapat menjadikan kualitas layar EDGE Display dan kapasitas baterai yang besar untuk menjadi salah satu bahan pertimbangan. Desain produk untuk ukuran *smartphone* dapat membuat desain yang ukurannya mudah digenggam tangan. Selanjutnya Samsung dapat mengutamakan pelayanan yang responsif dengan cara memastikan bahwa jumlah pegawai cukup agar dapat membagi tugas dengan rata.

**Kata Kunci : Preferensi, Loyalitas, Analisis Konjoin.**