

BAB IV

ANALISIS KORESPONDENSI

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui peta persepsi atribut produk *smartphone* Samsung, Blackberry, Nokia, iPhone, dan Smartfren menurut konsumen di Semarang. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan alat bantu kuesioner yang dibagikan kepada 97 pengunjung Plasa Simpang Lima Mall yang mengetahui *smartphone* merek Samsung, Blackberry, Nokia, iPhone, dan Smartfren. Kuesioner yang dibagikan kepada responden akan menggambarkan persepsi mereka terhadap 14 atribut yang telah ditentukan. Atribut-atribut tersebut adalah kualitas grafis, tidak sering *crash*, tidak sering *hang*, tidak sering *lag*, kapasitas baterai, kualitas gambar yang ditangkap/diambil, kualitas suara, fitur yang mudah digunakan, fitur yang membantu dalam mengerjakan aktivitas keseharian konsumen, fitur yang tidak dimiliki oleh merek lainnya, ukuran yang nyaman digunakan, bentuk *smartphone* yang khas, harga beli yang terjangkau, serta harga yang sesuai dengan kualitas dan manfaat yang dimiliki produk.

4.1. Karakteristik responden

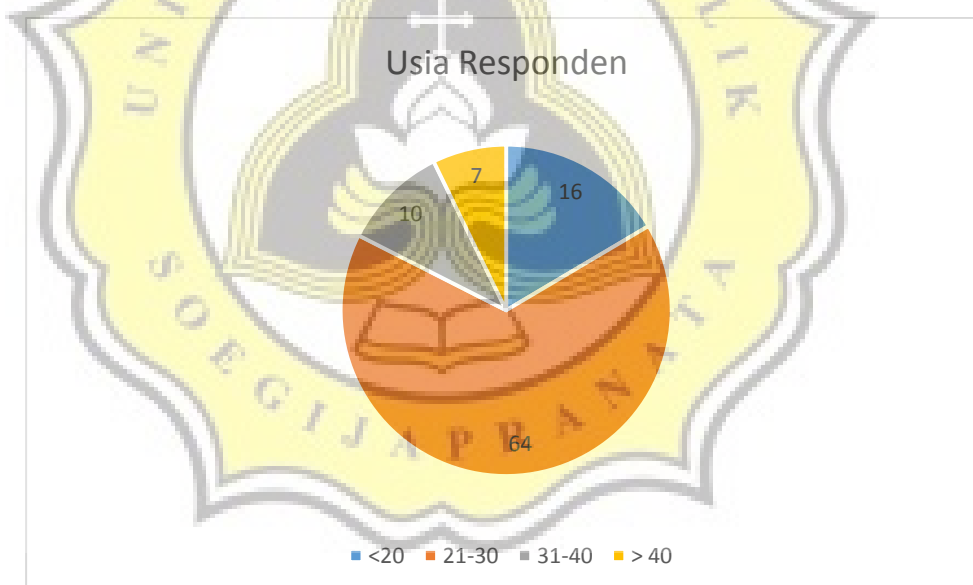
Berikut ini adalah penjelasan mengenai karakteristik responden pada penelitian ini. Pengunjung Plasa Simpang Lima Mall yang menjadi responden dalam penelitian ini berjumlah 97 responden, dimana 41 responden (42,27 % dari total responden) berjenis kelamin laki-laki, dan 56 responden (57,73 % dari total responden) berjenis kelamin perempuan.

Tabel 2 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi (F)	%
Laki-laki	41	42,27 %
Perempuan	56	57,73 %
Jumlah	97	100 %

Sumber : Hasil pengolahan data 2017

Dalam penelitian ini umur responden dibagi menjadi empat kategori yakni < 20 tahun, 21-30 tahun, 3-40 tahun, dan > 40 tahun. Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa mayoritas responden berumur 21-30 tahu. Berikut ini adalah grafik proporsi usia responden.

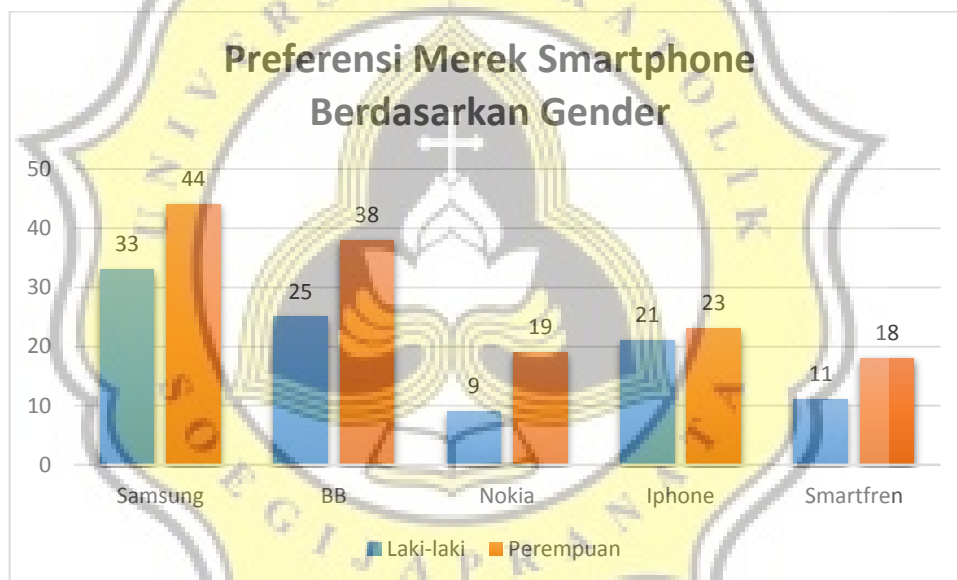


Gambar 2 Usia Responden

Hasil pengolahan data juga menunjukkan bahwa dari 56 responden perempuan, 44 responden pernah menggunakan *smartphone* merek Samsung, 38 reponden pernah menggunakan *smartphone* merek Blackberry, 19 reponden pernah menggunakan *smartphone* merek Nokia, 23 reponden

pernah menggunakan *smartphone* merek iPhone, dan 18 responden pernah menggunakan *smartphone* merek Smartfren.

Sementara dari 41 responden laki-laki, 33 responden pernah menggunakan *smartphone* merek Samsung, 25 responden pernah menggunakan *smartphone* merek Blackberry, 9 responden pernah menggunakan *smartphone* merek Nokia, 21 responden pernah menggunakan *smartphone* merek iPhone, dan 11 responden pernah menggunakan *smartphone* merek Smartfren.



Gambar 3 Preferensi Merek Smartphone Berdasarkan Gender

Kedua data di atas menunjukkan bahwa baik untuk preferensi responden perempuan maupun responden laki-laki saat ini *smartphone* merek Samsung masih menduduki posisi pertama, disusul dengan merek Blackberry, iPhone, Nokia, dan Smartfren.

Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan persentase masing-masing merek yang pernah digunakan oleh responden secara keseluruhan.

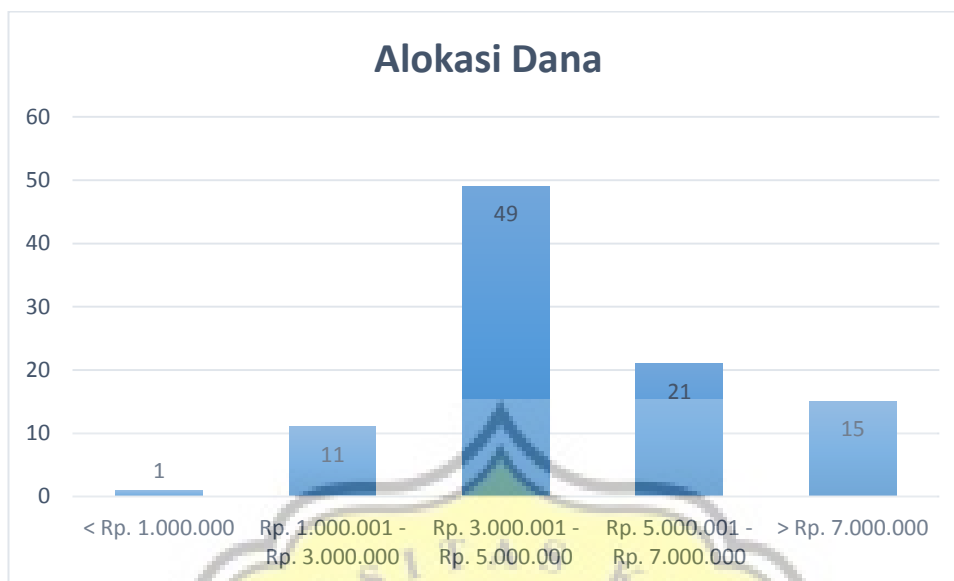
Berdasarkan tabel tersebut maka dapat diketahui bahwa menunjukkan bahwa 77 dari 97 responden (78,64 % dari total responden) pernah menggunakan smartphone merek Samsung, 63 dari 97 responden (64,95 % dari total responden) pernah menggunakan smartphone merek Blackberry, 28 dari 97 responden (28,87 % dari total responden) pernah menggunakan smartphone merek Nokia, 44 dari 97 responden (45,36 % dari total responden) pernah menggunakan smartphone merek iPhone, dan 29 dari 97 responden (29,90 % dari total responden) pernah menggunakan smartphone merek Smartfren.

Tabel 3 Jumlah Responden Berdasarkan Merek Smartphone yang Pernah Digunakan

Jenis Smartphone	Frekuensi (F)	%
Samsung	77	79,84 %
Blackberry	63	64,95 %
Nokia	28	28,87 %
iPhone	44	45,36 %
Smartfren	29	29,90 %

Sumber : Hasil pengolahan data 2017

Berdasarkan hasil olahan kuesioner maka didapatkan data bahwa mayoritas responden, yakni sebesar 49 responden, mengalokasikan dananya sebesar Rp. 3.000.001 hingga Rp. 5.000.000 untuk membeli sebuah *smartphone*. Sementara itu, 21 responden mengalokasikan dananya sebesar Rp. 5.000.001 hingga Rp. 7.000.000 untuk membeli sebuah *smartphone*, 15 responden mengalokasikan dananya lebih dari Rp. 7.000.000 untuk membeli sebuah *smartphone*, 11 responden mengalokasikan dananya sebesar Rp. 1.000.001 hingga Rp. 3.000.000 untuk membeli sebuah *smartphone*, dan seorang responden mengalokasikan dananya kurang dari Rp. 1.000.000 untuk membeli sebuah *smartphone*.



Gambar 4 Alokasi Dana

4.2. Hasil tanggapan/jawaban responden

Berikut ini adalah tanggapan/jawaban responden terhadap empatbelas pertanyaan yang berkaitan dengan atribut produk *smartphone*.

1. Atribut kualitas grafis

Pertanyaan pertama berkaitan dengan atribut kualitas grafis yang dimiliki oleh produk *smartphone* tiap-tiap merek. Responden akan menjawab “ya” apabila mereka menganggap kualitas grafis yang dimiliki produk *smartphone* sudah baik. Begitu juga sebaliknya, responden akan menjawab “tidak” apabila mereka tidak puas dengan kualitas grafis yang dimiliki oleh produk *smartphone*.

Tabel 4 Tanggapan Kualitas Grafis

Merek	Ya	Tidak
Samsung	83	14
Blackberry	73	24
Nokia	68	29

IPhone	93	4
Smartfren	59	38

Untuk merek Samsung, ada 82 responden yang memberikan pernyataan bahwa kualitas grafis *smartphone* merek Samsung sudah baik. Hal ini menunjukkan bahwa *smartphone* merek Samsung memiliki kemampuan untuk menyampaikan informasi dalam bentuk komunikasi visual yang menarik. Namun, masih ada 15 responden yang tidak puas dengan kualitas grafis yang dimiliki *smartphone* merek Samsung.

Untuk merek Blackberry, ada 73 responden yang memberikan pernyataan bahwa kualitas grafis *smartphone* merek Blackberry sudah baik. Dengan demikian ada 24 responden yang tidak puas dengan kualitas grafis yang dimiliki *smartphone* merek Blackberry.

Untuk merek Nokia, ada 68 responden yang memberikan pernyataan bahwa kualitas grafis *smartphone* merek Nokia sudah baik. Dengan demikian ada 29 responden yang tidak puas dengan kualitas grafis yang dimiliki *smartphone* merek Nokia.

Untuk merek iPhone, ada 93 responden yang memberikan pernyataan bahwa kualitas grafis *smartphone* merek iPhone sudah baik. Dengan demikian ada 4 responden yang tidak puas dengan kualitas grafis yang dimiliki *smartphone* merek iPhone.

Untuk merek Smartfren, ada 59 responden yang memberikan pernyataan bahwa kualitas grafis *smartphone* merek Smartfren sudah baik. Dengan demikian ada 38 responden yang tidak puas dengan kualitas grafis yang dimiliki *smartphone* merek Smartfren.

2. Atribut tidak sering *crash*

Pertanyaan kedua berkaitan dengan keseringan produk *smartphone* tiap-tiap merek mengalami *crash*. Responden akan menjawab “ya” apabila mereka menganggap produk *smartphone* tidak sering mengalami *crash*. Begitu juga sebaliknya, responden akan menjawab “tidak” apabila mereka menganggap bahwa produk *smartphone* sering mengalami *crash*.

Tabel 5 Tanggapan Frekuensi Crash

Merek	Ya	Tidak
Samsung	73	24
Blackberry	68	29
Nokia	79	18
IPhone	81	16
Smartfren	70	27

Untuk merek Samsung, ada 73 responden yang memberikan pernyataan bahwa *smartphone* merek Samsung tidak sering *crash*. Hal ini menunjukkan bahwa *smartphone* merek Samsung tidak mudah sering berhenti bekerja karena adanya masalah yang mengharuskan boot ulang (*restart*) *smartphone*. Namun, masih ada 24 responden yang menyatakan bahwa *smartphone* merek Samsung sering *crash*.

Untuk merek Blackberry, ada 68 responden yang memberikan pernyataan bahwa *smartphone* merek Samsung tidak sering *crash*. Namun, masih ada 29 responden yang menyatakan bahwa *smartphone* merek Blackberry sering *crash*.

Untuk merek Nokia, ada 79 responden yang memberikan pernyataan bahwa *smartphone* merek Samsung tidak sering *crash*.

Namun, masih ada 18 responden yang menyatakan bahwa *smartphone* merek Nokia sering *crash*.

Untuk merek iPhone, ada 81 responden yang memberikan pernyataan bahwa *smartphone* merek Samsung tidak sering *crash*. Namun, masih ada 16 responden yang menyatakan bahwa *smartphone* merek iPhone sering *crash*.

Untuk merek Smartfren, ada 70 responden yang memberikan pernyataan bahwa *smartphone* merek Samsung tidak sering *crash*. Namun, masih ada 27 responden yang menyatakan bahwa *smartphone* merek Smartfren sering *crash*.

3. Atribut tidak sering hang

Pertanyaan ketiga berkaitan dengan keseringan produk *smartphone* tiap-tiap merek mengalami *hang*. Responden akan menjawab “ya” apabila mereka menganggap produk *smartphone* tidak sering mengalami *hang*. Begitu juga sebaliknya, responden akan menjawab “tidak” apabila mereka menganggap bahwa produk *smartphone* sering mengalami *hang*.

Tabel 6 Tanggapan Frekuensi Hang

Merek	Ya	Tidak
Samsung	80	17
Blackberry	65	32
Nokia	73	24
iPhone	79	18
Smartfren	61	36

Untuk merek Samsung, ada 80 responden yang memberikan pernyataan bahwa *smartphone* merek Samsung tidak sering *hang*. Hal ini menunjukkan bahwa sistem/OS *smartphone* merek Samsung dapat

menanggapi segala perintah yang dimasukkan. Namun, masih ada 17 responden yang menyatakan bahwa *smartphone* merek Samsung sering *hang*.

Untuk merek Blackberry, ada 65 responden yang memberikan pernyataan bahwa *smartphone* merek Blackberry tidak sering *hang*. Namun, masih ada 32 responden yang menyatakan bahwa *smartphone* merek Blackberry sering *hang*.

Untuk merek Nokia, ada 73 responden yang memberikan pernyataan bahwa *smartphone* merek Nokia tidak sering *hang*. Namun, masih ada 24 responden yang menyatakan bahwa *smartphone* merek Nokia sering *hang*.

Untuk merek iPhone, ada 79 responden yang memberikan pernyataan bahwa *smartphone* merek iPhone tidak sering *hang*. Namun, masih ada 18 responden yang menyatakan bahwa *smartphone* merek iPhone sering *hang*.

Untuk merek Smartfren, ada 61 responden yang memberikan pernyataan bahwa *smartphone* merek Smartfren tidak sering *hang*. Namun, masih ada 36 responden yang menyatakan bahwa *smartphone* merek Smartfren sering *hang*.

4. Atribut tidak sering *lag*

Pertanyaan keempat berkaitan dengan keseringan produk *smartphone* tiap-tiap merek mengalami *lag*. Responden akan menjawab “ya” apabila mereka menganggap produk *smartphone* tidak sering

mengalami *lag*. Begitu juga sebaliknya, responden akan menjawab “tidak” apabila mereka menganggap bahwa produk *smartphone* sering mengalami *lag*.

Tabel 7 Tanggapan Frekuensi Lag

Merek	Ya	Tidak
Samsung	57	40
Blackberry	48	49
Nokia	77	20
IPhone	80	17
Smartfren	70	27

Untuk merek Samsung, ada 57 responden yang memberikan pernyataan bahwa *smartphone* merek Samsung tidak sering *lag*. Hal ini menunjukkan bahwa *smartphone* merek Samsung tidak sering mengalami keterlambatan suatu perintah yang diinginkan. Namun, masih ada 40 responden yang menyatakan bahwa *smartphone* merek Samsung sering *lag*.

Untuk merek Blackberry, ada 48 responden yang memberikan pernyataan bahwa *smartphone* merek Blackberry tidak sering *lag*. Namun, masih ada 49 responden yang menyatakan bahwa *smartphone* merek Blackberry sering *lag*.

Untuk merek Nokia, ada 77 responden yang memberikan pernyataan bahwa *smartphone* merek Nokia tidak sering *lag*. Namun, masih ada 20 responden yang menyatakan bahwa *smartphone* merek Nokia sering *lag*.

Untuk merek IPhone, ada 80 responden yang memberikan pernyataan bahwa *smartphone* merek IPhone tidak sering *lag*. Namun,

masih ada 17 responden yang menyatakan bahwa *smartphone* merek iPhone sering *lag*.

Untuk merek Smartfren, ada 70 responden yang memberikan pernyataan bahwa *smartphone* merek Smartfren tidak sering *lag*. Namun, masih ada 27 responden yang menyatakan bahwa *smartphone* merek Smartfren sering *lag*.

5. Atribut kapasitas baterai

Pertanyaan kelima berkaitan dengan atribut kapasitas baterai yang dimiliki oleh produk *smartphone* tiap-tiap merek. Responden akan menjawab “ya” apabila mereka menganggap kapasitas baterai yang dimiliki produk *smartphone* sudah cukup besar. Begitu juga sebaliknya, responden akan menjawab “tidak” apabila mereka merasa bahwa kapasitas baterai yang dimiliki oleh produk *smartphone* masih kurang besar.

Tabel 8 Tanggapan Kapasitas Baterai

Merek	Ya	Tidak
Samsung	84	13
Blackberry	61	36
Nokia	84	13
iPhone	55	42
Smartfren	76	21

Untuk merek Samsung, ada 84 responden yang memberikan pernyataan bahwa *smartphone* merek Samsung memiliki kapasitas baterai yang besar. Namun, masih ada 13 responden yang menyatakan bahwa *smartphone* merek Samsung memiliki kapasitas baterai yang kecil.

Untuk merek Blackberry, ada 61 responden yang memberikan pernyataan bahwa *smartphone* merek Blackberry memiliki kapasitas baterai yang besar. Namun, masih ada 36 responden yang menyatakan bahwa *smartphone* merek Blackberry memiliki kapasitas baterai yang kecil.

Untuk merek Nokia, ada 84 responden yang memberikan pernyataan bahwa *smartphone* merek Nokia memiliki kapasitas baterai yang besar. Namun, masih ada 13 responden yang menyatakan bahwa *smartphone* merek Nokia memiliki kapasitas baterai yang kecil.

Untuk merek iPhone, ada 55 responden yang memberikan pernyataan bahwa *smartphone* merek iPhone memiliki kapasitas baterai yang besar. Namun, masih ada 42 responden yang menyatakan bahwa *smartphone* merek iPhone memiliki kapasitas baterai yang kecil.

Untuk merek Smartfren, ada 76 responden yang memberikan pernyataan bahwa *smartphone* merek Smartfren memiliki kapasitas baterai yang besar. Namun, masih ada 21 responden yang menyatakan bahwa *smartphone* merek Smartfren memiliki kapasitas baterai yang kecil.

6. Atribut kualitas gambar yang ditangkap/diambil

Pertanyaan keenam berkaitan dengan atribut kualitas gambar yang ditangkap/diambil oleh produk *smartphone* tiap-tiap merek. Responden akan menjawab “ya” apabila mereka menganggap kualitas gambar yang ditangkap oleh produk *smartphone* sudah baik. Begitu juga sebaliknya,

responden akan menjawab “tidak” apabila mereka tidak puas dengan kualitas gambar yang ditangkap oleh produk *smartphone*.

Tabel 9 Tanggapan Kualitas Gambar yang Ditangkap

Merek	Ya	Tidak
Samsung	85	12
Blackberry	60	37
Nokia	53	44
IPhone	71	26
Smartfren	58	39

Untuk merek Samsung, ada 85 responden yang memberikan pernyataan bahwa *smartphone* merek Samsung memiliki kualitas gambar tangkapan yang baik. Namun, masih ada 12 responden yang menyatakan bahwa *smartphone* merek Samsung tidak memiliki kualitas gambar tangkapan yang baik.

Untuk merek Blackberry, ada 60 responden yang memberikan pernyataan bahwa *smartphone* merek Blackberry memiliki kualitas gambar tangkapan yang baik. Namun, masih ada 37 responden yang menyatakan bahwa *smartphone* merek Blackberry tidak memiliki kualitas gambar tangkapan yang baik.

Untuk merek Nokia, ada 53 responden yang memberikan pernyataan bahwa *smartphone* merek Nokia memiliki kualitas gambar tangkapan yang baik. Namun, masih ada 44 responden yang menyatakan bahwa *smartphone* merek Nokia tidak memiliki kualitas gambar tangkapan yang baik.

Untuk merek IPhone, ada 71 responden yang memberikan pernyataan bahwa *smartphone* merek IPhone memiliki kualitas gambar tangkapan yang baik.

gambar tangkapan yang baik. Namun, masih ada 26 responden yang menyatakan bahwa *smartphone* merek iPhone tidak memiliki kualitas gambar tangkapan yang baik.

Untuk merek Smartfren, ada 58 responden yang memberikan pernyataan bahwa *smartphone* merek Smartfren memiliki kualitas gambar tangkapan yang baik. Namun, masih ada 39 responden yang menyatakan bahwa *smartphone* merek Smartfren tidak memiliki kualitas gambar tangkapan yang baik.

7. Atribut kualitas suara

Pertanyaan ketujuh berkaitan dengan atribut suatu yang dimiliki oleh produk *smartphone* tiap-tiap merek. Responden akan menjawab “ya” apabila mereka menganggap kualitas suara yang dimiliki oleh produk *smartphone* sudah baik. Begitu juga sebaliknya, responden akan menjawab “tidak” apabila mereka tidak puas dengan kualitas suara yang dimiliki oleh produk *smartphone*.

Tabel 10 Tanggapan Kualitas Suara

Merek	Ya	Tidak
Samsung	79	18
Blackberry	87	10
Nokia	86	11
iPhone	79	18
Smartfren	78	19

Untuk merek Samsung, ada 79 responden yang memberikan pernyataan bahwa *smartphone* merek Samsung memiliki kualitas suara yang jernih. Namun, masih ada 18 responden yang

menyatakan bahwa *smartphone* merek Samsung tidak memiliki kualitas suara yang jernih.

Untuk merek Blackberry, ada 87 responden yang memberikan pernyataan bahwa *smartphone* merek Blackberry memiliki kualitas kualitas suara yang jernih. Namun, masih ada 10 responden yang menyatakan bahwa Blackberry merek Samsung tidak memiliki kualitas suara yang jernih.

Untuk merek Nokia, ada 86 responden yang memberikan pernyataan bahwa *smartphone* merek Nokia memiliki kualitas kualitas suara yang jernih. Namun, masih ada 11 responden yang menyatakan bahwa *smartphone* merek Nokia tidak memiliki kualitas suara yang jernih.

Untuk merek iPhone, ada 79 responden yang memberikan pernyataan bahwa *smartphone* merek iPhone memiliki kualitas kualitas suara yang jernih. Namun, masih ada 18 responden yang menyatakan bahwa *smartphone* merek iPhone tidak memiliki kualitas suara yang jernih.

Untuk merek Smartfren, ada 78 responden yang memberikan pernyataan bahwa *smartphone* merek Smartfren memiliki kualitas kualitas suara yang jernih. Namun, masih ada 19 responden yang menyatakan bahwa *smartphone* merek Smartfren tidak memiliki kualitas suara yang jernih.

8. Atribut fitur yang mudah digunakan

Pertanyaan kedelapan berkaitan dengan atribut kemudahan penggunaan fitur yang dimiliki oleh produk *smartphone* tiap-tiap merek. Responden akan menjawab “ya” apabila mereka menganggap fitur yang dimiliki oleh produk *smartphone* mudah untuk digunakan. Begitu juga sebaliknya, responden akan menjawab “tidak” apabila mereka menganggap fitur yang dimiliki oleh produk *smartphone* tidak mudah untuk digunakan.

Tabel 11 Tanggapan Fitur yang Mudah Digunakan

Merek	Ya	Tidak
Samsung	93	4
Blackberry	78	19
Nokia	77	20
IPhone	64	33
Smartfren	73	24

Untuk merek Samsung, ada 93 responden yang memberikan pernyataan bahwa *smartphone* merek Samsung memiliki fitur yang mudah digunakan. Namun, masih ada 4 responden yang menyatakan bahwa *smartphone* merek Samsung tidak memiliki fitur yang mudah digunakan.

Untuk merek Blackberry, ada 78 responden yang memberikan pernyataan bahwa *smartphone* merek Blackberry memiliki fitur yang mudah digunakan. Namun, masih ada 19 responden yang menyatakan bahwa *smartphone* merek Blackberry tidak memiliki fitur yang mudah digunakan.

Untuk merek Nokia, ada 77 responden yang memberikan pernyataan bahwa *smartphone* merek Nokia memiliki fitur yang mudah digunakan. Namun, masih ada 20 responden yang menyatakan bahwa *smartphone* merek Nokia tidak memiliki fitur yang mudah digunakan.

Untuk merek Iphone, ada 64 responden yang memberikan pernyataan bahwa *smartphone* merek Iphone memiliki fitur yang mudah digunakan. Namun, masih ada 33 responden yang menyatakan bahwa *smartphone* merek Iphone tidak memiliki fitur yang mudah digunakan.

Untuk merek Smartfren, ada 73 responden yang memberikan pernyataan bahwa *smartphone* merek Smartfren memiliki fitur yang mudah digunakan. Namun, masih ada 24 responden yang menyatakan bahwa *smartphone* merek Smartfren tidak memiliki fitur yang mudah digunakan.

9. Atribut fitur yang membantu dalam menjalankan aktivitas keseharian konsumen

Pertanyaan kesembilan berkaitan dengan sejauh mana fitur yang dimiliki oleh produk *smartphone* tiap-tiap merek membantu dalam menjalankan aktivitas keseharian konsumen. Responden akan menjawab “ya” apabila mereka menganggap fitur yang dimiliki oleh produk *smartphone* membantu dalam menjalankan aktivitas keseharian mereka. Begitu juga sebaliknya, responden akan menjawab “tidak” apabila mereka merasa fitur yang dimiliki oleh produk *smartphone* tidak membantu dalam menjalankan aktivitas keseharian mereka.

Tabel 12 Tanggapan Fitur yang Membantu dalam Mengerjakan Aktivitas Keseharian Konsumen

Merek	Ya	Tidak
Samsung	92	5
Blackberry	73	24
Nokia	58	39
IPhone	84	13
Smartfren	82	15

Untuk merek Samsung, ada 92 responden yang memberikan pernyataan bahwa *smartphone* merek Samsung memiliki fitur yang membantu dalam menjalankan aktivitas keseharian konsumen. Namun, masih ada 5 responden yang menyatakan bahwa *smartphone* merek Samsung tidak memiliki fitur yang membantu dalam menjalankan aktivitas keseharian konsumen.

Untuk merek Blackberry, ada 73 responden yang memberikan pernyataan bahwa *smartphone* merek Blackberry memiliki fitur yang membantu dalam menjalankan aktivitas keseharian konsumen. Namun, masih ada 24 responden yang menyatakan bahwa *smartphone* merek Blackberry tidak memiliki fitur yang membantu dalam menjalankan aktivitas keseharian konsumen.

Untuk merek Nokia, ada 58 responden yang memberikan pernyataan bahwa *smartphone* merek Nokia memiliki fitur yang membantu dalam menjalankan aktivitas keseharian konsumen. Namun, masih ada 39 responden yang menyatakan bahwa *smartphone* merek Nokia tidak memiliki fitur yang membantu dalam menjalankan aktivitas keseharian konsumen.

Untuk merek iPhone, ada 84 responden yang memberikan pernyataan bahwa *smartphone* merek iPhone memiliki fitur yang membantu dalam menjalankan aktivitas keseharian konsumen. Namun, masih ada 13 responden yang menyatakan bahwa *smartphone* merek iPhone tidak memiliki fitur yang membantu dalam menjalankan aktivitas keseharian konsumen

Untuk merek Smartfren, ada 82 responden yang memberikan pernyataan bahwa *smartphone* merek Smartfren memiliki fitur yang membantu dalam menjalankan aktivitas keseharian konsumen. Namun, masih ada 15 responden yang menyatakan bahwa *smartphone* merek Smartfren tidak memiliki fitur yang membantu dalam menjalankan aktivitas keseharian konsumen.

10. Atribut fitur khas yang tidak dimiliki oleh merek lainnya

Pertanyaan kesepuluh berkaitan dengan seberapa khas suatu fitur yang dimiliki oleh produk *smartphone* tiap-tiap merek dibandingkan merek-merek lainnya. Responden akan menjawab “ya” apabila mereka menganggap fitur yang dimiliki oleh produk *smartphone* tidak dimiliki oleh merek lainnya. Begitu juga sebaliknya, responden akan menjawab “tidak” apabila mereka menganggap fitur yang dimiliki oleh produk *smartphone* tidak jauh berbeda dengan fitur yang dimiliki oleh merek lainnya.

Tabel 13 Tanggapan Fitur Khas yang Tidak Dimiliki oleh Merek
Lainnya

Merek	Ya	Tidak
Samsung	66	31
Blackberry	42	55
Nokia	49	48
IPhone	85	12
Smartfren	35	62

Untuk Samsung merek, ada 66 responden yang memberikan pernyataan bahwa *smartphone* merek Samsung memiliki fitur khas yang tidak dimiliki oleh merek lainnya. Namun, masih ada 31 responden yang menyatakan bahwa *smartphone* merek Samsung tidak memiliki fitur khas yang tidak dimiliki oleh merek lainnya.

Untuk merek Blackberry, ada 42 responden yang memberikan pernyataan bahwa *smartphone* merek Blackberry memiliki fitur khas yang tidak dimiliki oleh merek lainnya. Namun, masih ada 55 responden yang menyatakan bahwa *smartphone* merek Blackberry tidak memiliki fitur khas yang tidak dimiliki oleh merek lainnya.

Untuk merek Nokia, ada 49 responden yang memberikan pernyataan bahwa *smartphone* merek Nokia memiliki fitur khas yang tidak dimiliki oleh merek lainnya. Namun, masih ada 48 responden yang menyatakan bahwa *smartphone* merek Nokia tidak memiliki fitur khas yang tidak dimiliki oleh merek lainnya.

Untuk merek IPhone, ada 85 responden yang memberikan pernyataan bahwa *smartphone* merek IPhone memiliki fitur khas yang tidak dimiliki oleh merek lainnya. Namun, masih ada 12 responden yang

menyatakan bahwa *smartphone* merek iPhone tidak memiliki fitur khas yang tidak dimiliki oleh merek lainnya.

Untuk merek Smartfren, ada 35 responden yang memberikan pernyataan bahwa *smartphone* merek Smartfren memiliki fitur khas yang tidak dimiliki oleh merek lainnya. Namun, masih ada 62 responden yang menyatakan bahwa *smartphone* merek Smartfren tidak memiliki fitur khas yang tidak dimiliki oleh merek lainnya.

11. Atribut ukuran yang nyaman digunakan

Pertanyaan kesebelas berkaitan dengan kenyamanan ukuran yang dimiliki oleh produk *smartphone* tiap-tiap merek. Responden akan menjawab “ya” apabila mereka merasa nyaman dengan ukuran yang dimiliki oleh produk *smartphone*. Begitu juga sebaliknya, responden akan menjawab “tidak” apabila mereka merasa tidak nyaman dengan ukuran yang dimiliki oleh produk *smartphone*.

Tabel 14 Tanggapan Atribut Ukuran yang Nyaman Digunakan

Merek	Ya	Tidak
Samsung	91	6
Blackberry	81	17
Nokia	69	28
iPhone	74	23
Smartfren	78	19

Untuk merek Samsung, ada 91 responden yang memberikan pernyataan bahwa *smartphone* merek Samsung memiliki ukuran yang nyaman digunakan. Namun, masih ada 6 responden yang menyatakan bahwa *smartphone* merek Samsung tidak memiliki ukuran yang nyaman digunakan.

Untuk merek Blackberry, ada 81 responden yang memberikan pernyataan bahwa *smartphone* merek Blackberry memiliki ukuran yang nyaman digunakan. Namun, masih ada 17 responden yang menyatakan bahwa *smartphone* merek Blackberry tidak memiliki ukuran yang nyaman digunakan.

Untuk merek Nokia, ada 69 responden yang memberikan pernyataan bahwa *smartphone* merek Nokia memiliki ukuran yang nyaman digunakan. Namun, masih ada 28 responden yang menyatakan bahwa *smartphone* merek Nokia tidak memiliki ukuran yang nyaman digunakan.

Untuk merek iPhone, ada 74 responden yang memberikan pernyataan bahwa *smartphone* merek iPhone memiliki ukuran yang nyaman digunakan. Namun, masih ada 23 responden yang menyatakan bahwa *smartphone* merek iPhone tidak memiliki ukuran yang nyaman digunakan.

Untuk merek Smartfren, ada 78 responden yang memberikan pernyataan bahwa *smartphone* merek Smartfren memiliki ukuran yang nyaman digunakan. Namun, masih ada 19 responden yang menyatakan bahwa *smartphone* merek Smartfren tidak memiliki ukuran yang nyaman digunakan.

12. Atribut bentuk *smartphone* yang khas

Pertanyaan keduabelas berkaitan dengan kekhasan bentuk suatu yang dimiliki oleh produk *smartphone* tiap-tiap merek. Responden akan

menjawab “ya” apabila mereka menganggap bentuk yang dimiliki oleh produk *smartphone* khas. Begitu juga sebaliknya, responden akan menjawab “tidak” apabila mereka tidak puas menganggap bentuk yang dimiliki oleh produk *smartphone* tidak khas.

Tabel 15 Tanggapan Bentuk Smartphone yang Khas

Merek	Ya	Tidak
Samsung	72	25
Blackberry	87	10
Nokia	54	43
IPhone	80	17
Smartfren	56	41

Untuk merek Samsung, ada 72 responden yang memberikan pernyataan bahwa *smartphone* merek Samsung memiliki bentuk *smartphone* yang khas. Namun, masih ada 25 responden yang menyatakan bahwa *smartphone* merek Samsung tidak memiliki bentuk *smartphone* yang khas.

Untuk merek Blackberry, ada 87 responden yang memberikan pernyataan bahwa *smartphone* merek Blackberry memiliki bentuk *smartphone* yang khas. Namun, masih ada 10 responden yang menyatakan bahwa *smartphone* merek Blackberry tidak memiliki bentuk *smartphone* yang khas.

Untuk merek iPhone, ada 80 responden yang memberikan pernyataan bahwa *smartphone* merek iPhone memiliki bentuk *smartphone* yang khas. Namun, masih ada 17 responden yang menyatakan bahwa *smartphone* merek iPhone tidak memiliki bentuk *smartphone* yang khas.

Untuk merek Smartfren, ada 56 responden yang memberikan pernyataan bahwa *smartphone* merek Smartfren memiliki bentuk *smartphone* yang khas. Namun, masih ada 41 responden yang menyatakan bahwa *smartphone* merek Smartfren tidak memiliki bentuk *smartphone* yang khas

13. Atribut harga beli yang terjangkau

Pertanyaan ketigabelas berkaitan dengan keterjangkauan harga yang dimiliki oleh produk *smartphone* tiap-tiap merek. Responden akan menjawab “ya” apabila mereka menganggap harga produk *smartphone* terjangkau. Begitu juga sebaliknya, responden akan menjawab “tidak” apabila mereka merasa bahwa harga yang dimiliki oleh produk *smartphone*.

Tabel 16 Tanggapan Harga Beli yang Terjangkau

Merek	Ya	Tidak
Samsung	48	49
Blackberry	84	13
Nokia	78	19
IPhone	47	50
Smartfren	86	11

Untuk merek Samsung, ada 48 responden yang memberikan pernyataan bahwa *smartphone* merek Samsung memiliki harga beli yang terjangkau. Namun, masih ada 49 responden yang menyatakan bahwa *smartphone* merek Samsung tidak memiliki harga beli yang terjangkau.

Untuk merek Blackberry, ada 84 responden yang memberikan pernyataan bahwa *smartphone* merek Blackberry memiliki harga beli

yang terjangkau. Namun, masih ada 13 responden yang menyatakan bahwa *smartphone* merek Blackberry tidak memiliki harga beli yang terjangkau.

Untuk merek Nokia, ada 78 responden yang memberikan pernyataan bahwa *smartphone* merek Nokia memiliki harga beli yang terjangkau. Namun, masih ada 19 responden yang menyatakan bahwa *smartphone* merek Nokia tidak memiliki harga beli yang terjangkau.

Untuk merek Smartfren, ada 86 responden yang memberikan pernyataan bahwa *smartphone* merek Smartfren memiliki harga beli yang terjangkau. Namun, masih ada 11 responden yang menyatakan bahwa *smartphone* merek Smartfren tidak memiliki harga beli yang terjangkau.

14. Atribut harga yang sesuai dengan kualitas dan manfaat yang dimiliki produk

Pertanyaan keempat belas berkaitan dengan kesesuaian harga dengan kualitas dan manfaat yang dimiliki oleh produk *smartphone* tiap-tiap merek. Responden akan menjawab “ya” apabila mereka menganggap harga produk *smartphone* sudah sesuai dengan kualitas dan manfaat yang dimiliki produk. Begitu juga sebaliknya, responden akan menjawab “tidak” apabila mereka menganggap bahwa harga produk *smartphone* tidak sesuai dengan kualitas dan manfaat yang dimiliki produk.

Tabel 17 Tanggapan Harga yang Sesuai dengan Kualitas dan Manfaat yang Dimiliki Produk

Merek	Ya	Tidak
Samsung	58	39
Blackberry	52	45
Nokia	67	30
IPhone	74	23
Smartfren	80	17

Untuk merek Samsung, ada 58 responden yang memberikan pernyataan bahwa harga *smartphone* merek Samsung sesuai dengan kualitas dan manfaat yang dimiliki produk. Namun, masih ada 39 responden yang menyatakan bahwa harga *smartphone* merek Samsung tidak sesuai dengan kualitas dan manfaat yang dimiliki produk.

Untuk merek Blackberry, ada 52 responden yang memberikan pernyataan bahwa harga *smartphone* merek Blackberry sesuai dengan kualitas dan manfaat yang dimiliki produk. Namun, masih ada 45 responden yang menyatakan bahwa harga *smartphone* merek Blackberry tidak sesuai dengan kualitas dan manfaat yang dimiliki produk.

Untuk merek Nokia, ada 67 responden yang memberikan pernyataan bahwa harga *smartphone* merek Nokia sesuai dengan kualitas dan manfaat yang dimiliki produk. Namun, masih ada 30 responden yang menyatakan bahwa harga *smartphone* merek Nokia tidak sesuai dengan kualitas dan manfaat yang dimiliki produk.

Untuk merek iPhone, ada 74 responden yang memberikan pernyataan bahwa harga *smartphone* merek iPhone sesuai dengan kualitas dan manfaat yang dimiliki produk. Namun, masih ada 23 responden yang menyatakan bahwa harga *smartphone* merek iPhone tidak sesuai dengan kualitas dan manfaat yang dimiliki produk.

Untuk merek Smartfren, ada 80 responden yang memberikan pernyataan bahwa harga *smartphone* merek Smartfren sesuai dengan kualitas dan manfaat yang dimiliki produk. Namun, masih ada 17 responden yang menyatakan bahwa harga *smartphone* merek Smartfren tidak sesuai dengan kualitas dan manfaat yang dimiliki produk.

Tabel 19 merupakan rangkuman data tanggapan responden dengan tambahan jumlah masing-masing baris dan kolom

Rangkuman dari data tanggapan responden dapat dilihat pada Tabel 19. Data yang telah diperoleh akan diolah menggunakan SPSS 19 dengan menggunakan metode Corresponden Analysis.

	1	2	3	4	5	
	Samsung	Blackber	Nokia	Iphone	Smartfre	Margin
1	81	72	67	92	59	371
2	72	67	78	81	69	367
3	79	64	72	78	60	353
4	56	48	76	80	70	330
5	83	60	84	54	75	356
6	84	59	53	70	57	323
7	78	86	85	79	78	406
8	92	77	76	64	73	382
9	91	73	58	83	81	386
10	65	42	49	85	35	276
11	91	80	69	73	76	389
12	71	86	53	79	56	345
13	48	84	78	47	86	343
14	57	52	67	74	80	330
Margin	1048	950	965	1039	955	4957

Gambar 5 Data Tanggapan Responden

Data row profils berisi presentase tiap baris didasarkan pada jumlah total baris yang bersangkutan. Misal, angka 0,218 pada baris 1 kolom 1 berasal dari $81/371 * 100\% = 21,8\%$, dengan angka 81 dan 371 lihat pada gambar 3. Demikian seterusnya untuk data yang lain.

	1	2	3	4	5	Margin
	Samsung	Blackber	Nokia	Iphone	Smartfre	
1	,218	,194	,181	,248	,159	1,000
2	,196	,183	,213	,221	,188	1,000
3	,224	,181	,204	,221	,170	1,000
4	,170	,145	,230	,242	,212	1,000
5	,233	,169	,236	,152	,211	1,000
6	,260	,183	,164	,217	,176	1,000
7	,192	,212	,209	,195	,192	1,000
8	,241	,202	,199	,168	,191	1,000
9	,236	,189	,150	,215	,210	1,000
10	,236	,152	,178	,308	,127	1,000
11	,234	,206	,177	,188	,195	1,000
12	,206	,249	,154	,229	,162	1,000
13	,140	,245	,227	,137	,251	1,000
14	,173	,158	,203	,224	,242	1,000
Margin	,211	,192	,195	,210	,193	

Gambar 6 The Rowprofiles

Columnprofiles berisi presentase tiap kolom didasarkan pada jumlah total kolom yang bersangkutan. Misal angka 0,077 pada baris 1 dan kolom 1 berasal dari $81/1048 = 7,7\%$, dengan angka 81 dan 1048 lihat pada gambar 3. Demikian seterusnya untuk data yang lain

	1	2	3	4	5	Margin
	Samsung	Blackber	Nokia	Iphone	Smartfre	
1	,077	,076	,069	,089	,062	,075
2	,069	,071	,081	,078	,072	,074
3	,075	,067	,075	,075	,063	,071
4	,053	,051	,079	,077	,073	,067
5	,079	,063	,087	,052	,079	,072
6	,080	,062	,055	,067	,060	,065
7	,074	,091	,088	,076	,082	,082
8	,088	,081	,079	,062	,076	,077
9	,087	,077	,060	,080	,085	,078
10	,062	,044	,051	,082	,037	,056
11	,087	,084	,072	,070	,080	,078
12	,068	,091	,055	,076	,059	,070
13	,046	,088	,081	,045	,090	,069
14	,054	,055	,069	,071	,084	,067

Margin	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	

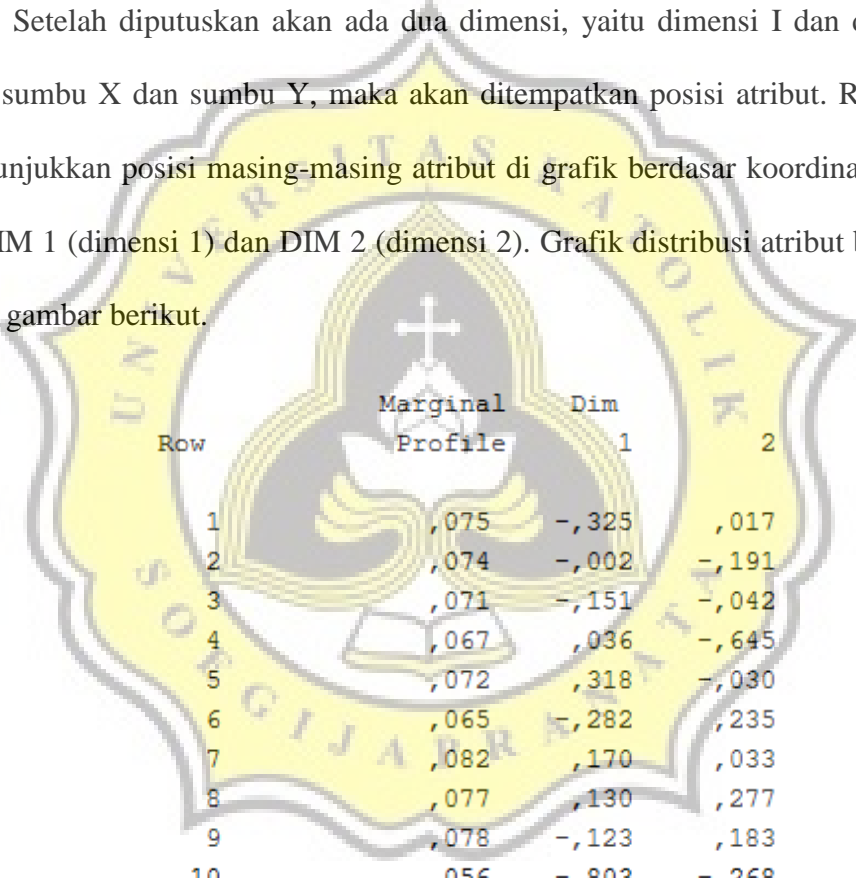
Gambar 7 The Columprofiles

Gambar dimension merupakan langkah untuk menentukan jumlah dimensi grafik yang akan ditampilkan, apakah satu, dua, tiga atau bahkan lebih dari tiga dimensi. Ada empat dimensi yang bisa dibuat. Jika grafik ANACOR hanya sebuah dimensi, maka 52,3 % (lihat kolom paling kanan) variasi bisa dijelaskan oleh model ANACOR ini. Jika ditambah satu dimensi lagi, atau ada grafik dua dimensi, maka ada tambahan variasi sebesar 24,7 %, sehingga total variasi yang bisa dijelaskan menjadi $(52,3 \% + 24,7 \%) 77 \%$. Jika ditambah satu dimensi lagi, atau ada grafik tiga dimensi, maka hanya ada tambahan variasi sebesar 15,5 %, atau lebih kecil penambahannya dibandingkan dari satu dimensi ke dua dimensi. Dengan demikian, bisa diambil dua dimensi saja, karena total variasi yang dijelaskan sudah sangat besar (77 %)..

Dimension	Singular Value	Inertia	Proportion Explained	Cumulative Proportion
1	,11485	,01319	,523	,523
2	,07889	,00622	,247	,770
3	,06251	,00391	,155	,926
4	,04330	,00187	,074	1,000
Total		,02520	1,000	1,000

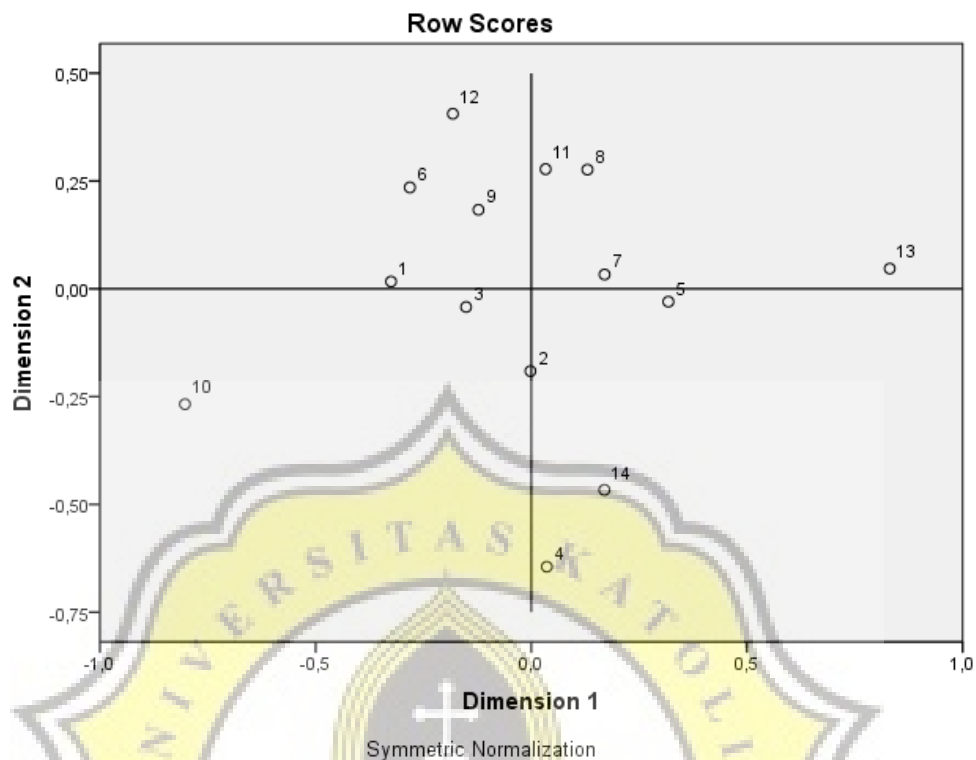
Gambar 8 Dimension

Setelah diputuskan akan ada dua dimensi, yaitu dimensi I dan dimensi II, atau sumbu X dan sumbu Y, maka akan ditempatkan posisi atribut. Row Scores menunjukkan posisi masing-masing atribut di grafik berdasar koordinat yang ada di DIM 1 (dimensi 1) dan DIM 2 (dimensi 2). Grafik distribusi atribut bisa dilihat pada gambar berikut.



Row	Marginal Profile	Dim 1	Dim 2
1	,075	-,325	,017
2	,074	-,002	-,191
3	,071	-,151	-,042
4	,067	,036	-,645
5	,072	,318	-,030
6	,065	-,282	,235
7	,082	,170	,033
8	,077	,130	,277
9	,078	-,123	,183
10	,056	-,803	-,268
11	,078	,033	,277
12	,070	-,182	,406
13	,069	,831	,047
14	,067	,169	-,466

Gambar 9 Row Scores



Gambar 10 Grafik Distribusi Atribut

Perhatikan adanya empat kuadran pada grafik di atas, dengan sebaran atribut sebagai berikut.

Tabel 18 Penjelasan Kuadran

Kuadran	Nama atribut
I (kiri atas)	1 (Kualitas grafis), 6 (Kualitas gambar yang ditangkap/diambil), 9 (Fitur yang membantu dalam mengerjakan aktivitas keseharian konsumen), 12 (Bentuk smartphone yang khas)
II (kanan atas)	7 (Kualitas suara), 8 (Fitur yang mudah digunakan), 11 (Ukuran yang nyaman digunakan), 13 (Harga beli yang terjangkau)
III (kanan bawah)	4 (Tidak sering lag), 5 (Kapasitas baterai), 14 (Harga yang sesuai dengan kualitas dan manfaat yang dimiliki produk)
IV (kiri bawah)	2 (Tidak sering crash), 3 (Tidak sering hang), 10 (Fitur khas yang tidak dimiliki oleh merek lainnya)

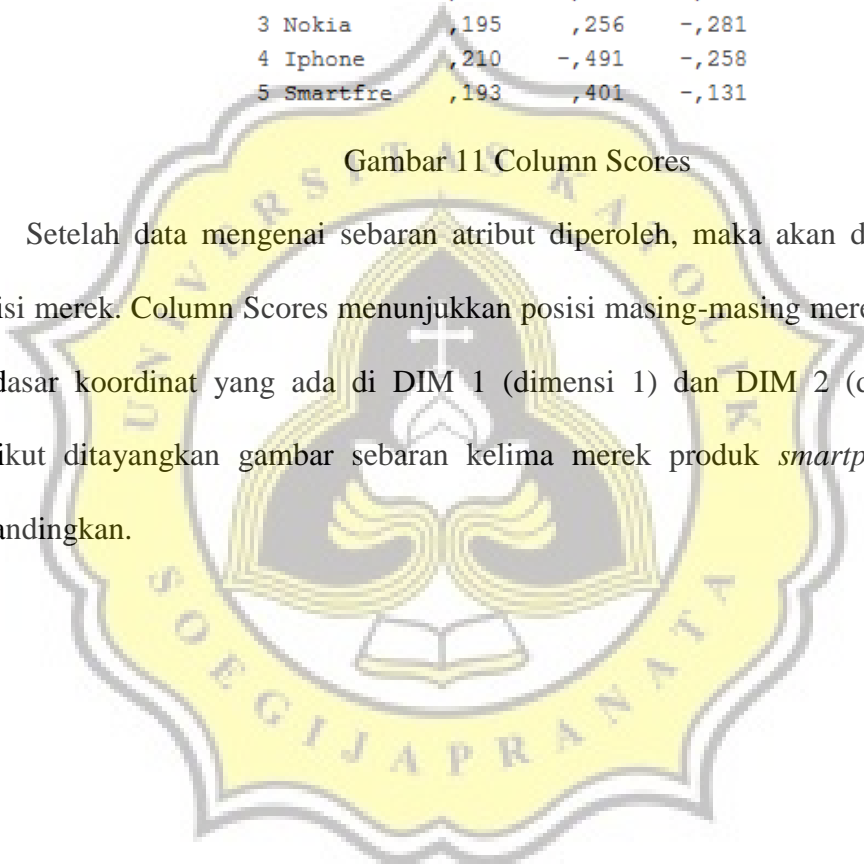
Dari tabel di atas, terlihat bahwa kualitas grafis, kualitas gambar yang ditangkap/diambil, fitur yang membantu dalam mengerjakan aktivitas keseharian

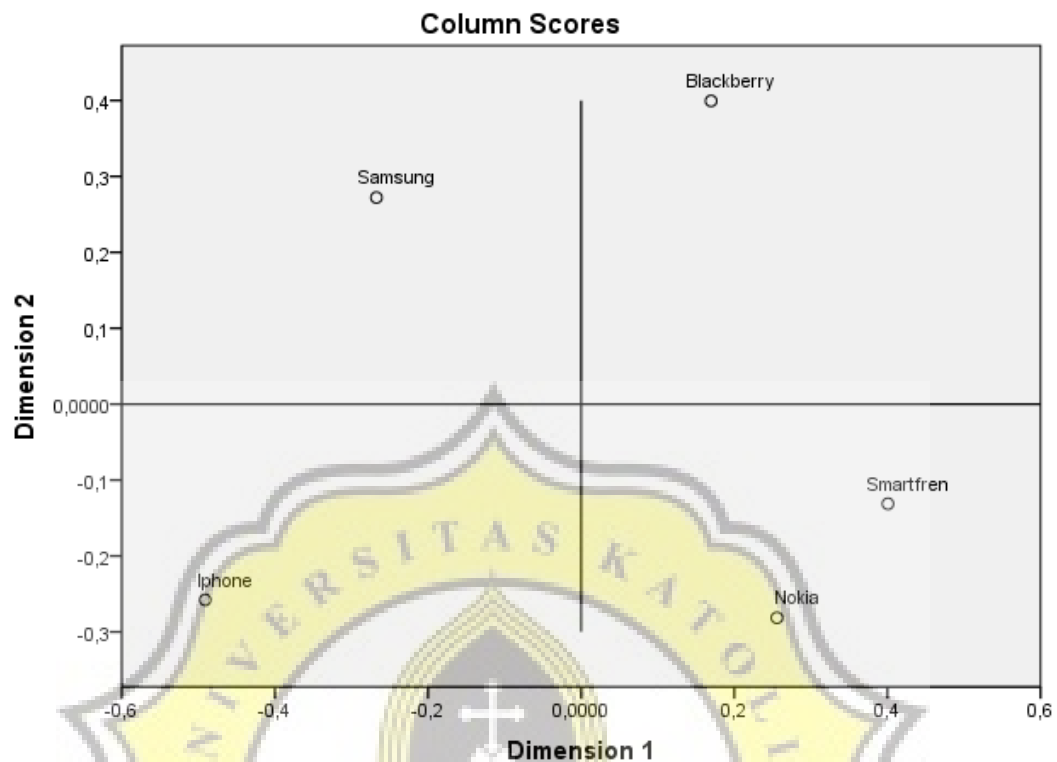
konsumen, dan bentuk *smartphone* yang khas dipandang sama oleh para responden. Demikian juga dengan variabel (atribut) yang ada di kuadran yang sama.

Column	Marginal Profile	Dim	
		1	2
1 Samsung	,211	-,267	,272
2 Blackber	,192	,170	,399
3 Nokia	,195	,256	-,281
4 Iphone	,210	-,491	-,258
5 Smartfre	,193	,401	-,131

Gambar 11 Column Scores

Setelah data mengenai sebaran atribut diperoleh, maka akan ditempatkan posisi merek. Column Scores menunjukkan posisi masing-masing merek di grafik berdasar koordinat yang ada di DIM 1 (dimensi 1) dan DIM 2 (dimensi 2). Berikut ditayangkan gambar sebaran kelima merek produk *smartphone* yang dibandingkan.

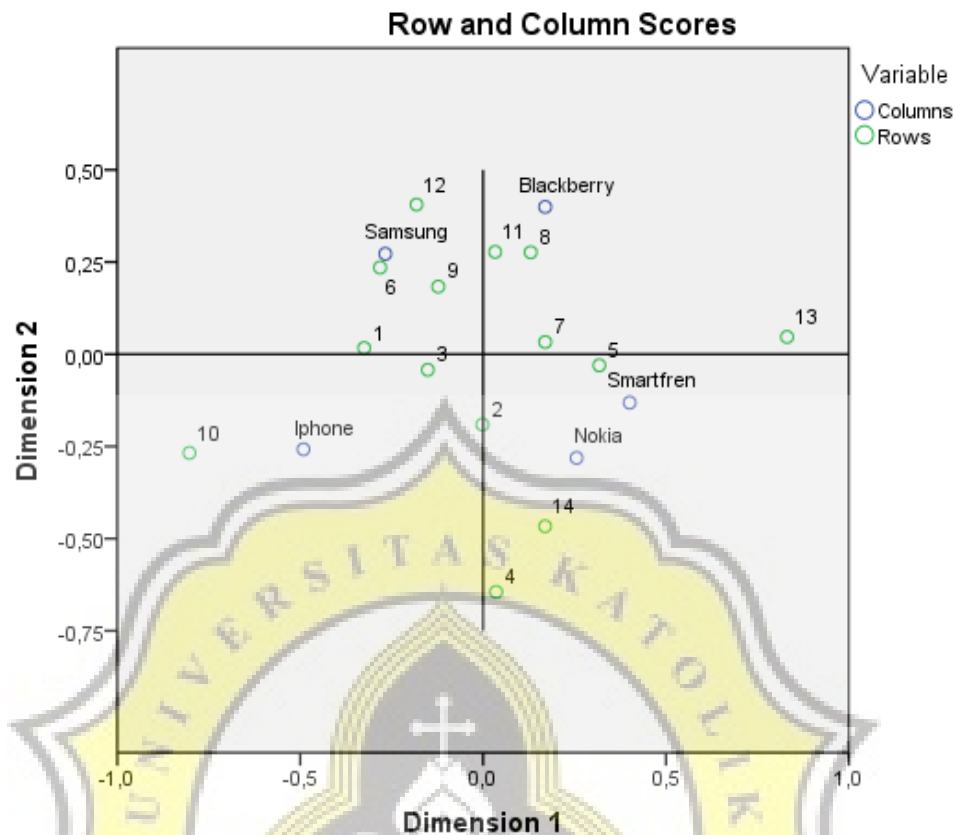




Gambar 12 Grafik Distribusi Merek

Terlihat merek *smartphone* Nokia dan Smartfren ada pada kuadran yang sama. Hal ini berarti merek *smartphone* Nokia dianggap sama atau mempunyai kemampuan memuaskan konsumen yang relatif sama dengan merek *smartphone* Smartfren. Sedangkan ketiga merek *smartphone* lainnya menempati kuadran yang berbeda, dengan arti bahwa ketiga toko tersebut berbeda di pandangan konsumen.

Langkah terakhir ANACOR adalah menggabungkan kedua grafik di atas seperti gambar berikut.



Gambar 13 Row and Coloumn Scores

Perhatikan warna di grafik yang membedakan apakah itu sebuah atribut atau posisi perusahaan. Dari grafik terlihat :

1. *Smartphone* merek Samsung mempunyai kedekatan dengan atribut 1, 6, 9, dan 12, yaitu kualitas grafis, kualitas gambar yang ditangkap/diambil, fitur yang membantu dalam mengerjakan aktivitas keseharian konsumen, dan bentuk smartphone yang khas. Dengan demikian:
 - a. Apabila Samsung ingin berkompetisi secara langsung dengan Blackberry maka Samsung dapat meningkatkan kualitas suaranya, membuat fiturnya lebih mudah digunakan, membuat

berbagai ukuran produk yang nyaman digunakan oleh konsumen, atau membuat harga produk yang lebih terjangkau.

- b. Apabila Samsung ingin berkompetisi secara langsung dengan Nokia dan Smartfren maka Samsung dapat meningkatkan kemampuan prosesoranya sehingga tidak sering lag atau meningkatkan kapasitas baterainya. *smartphone* merek Samsung juga mungkin perlu meninjau kembali kesesuaian harga produk dengan kualitas dan manfaat yang dimiliki produk.
 - c. Apabila Samsung ingin berkompetisi secara langsung dengan iPhone maka Samsung dapat meningkatkan kemampuan prosesoranya sehingga tidak sering *crash* dan *hang*. Samsung juga perlu memikirkan fitur-fitur yang khas yang akan menjadi ciri khusus yang hanya dimiliki oleh Samsung.
2. *Smartphone* merek Blackberry mempunyai kedekatan dengan atribut 7, 8, dan 11, atau kualitas suara, fitur yang mudah digunakan, ukuran yang nyaman digunakan, dan harga beli yang terjangkau. Dengan demikian :
- a. Apabila Blackberry ingin berkompetisi secara langsung dengan Samsung maka Blackberry dapat meningkatkan kualitas grafis, kualitas gambar yang ditangkap/diambil, menyusun fitur-fitur yang lebih membantu dalam mengerjakan aktivitas keseharian konsumen, dan mendesain bentuk-bentuk *smartphone* yang khas.
 - b. Apabila Blackberry ingin berkompetisi secara langsung dengan Nokia dan Smartfren maka Blackberry dapat meningkatkan

kemampuan prosesornya sehingga tidak sering lag atau meningkatkan kapasitas baterainya. Blackberry juga mungkin perlu meninjau kembali kesesuaian harga produk dengan kualitas dan manfaat yang dimiliki produk.

- c. Apabila Blackberry ingin berkompetisi secara langsung dengan iPhone maka Blackberry dapat meningkatkan kemampuan prosesornya sehingga tidak sering *crash* dan *hang*. Blackberry juga perlu memikirkan fitur-fitur yang khas yang akan menjadi ciri khusus yang hanya dimiliki oleh Blackberry.

3. *Smartphone* merek Nokia dan Smartfren mempunyai kelebihan di atribut 4, 5, dan 14, atau tidak sering lag, kapasitas baterai, dan harga yang sesuai dengan kualitas dan manfaat yang dimiliki produk. Hal ini disebabkan kedekatan jarak antara kedua merek *smartphone* dengan atribut-atribut tersebut, serta kesamaan penempatan di suatu kuadran. Dengan demikian

- a. Apabila Nokia dan Smartfren ingin menggaet pelanggan satu sama lain maka hal yang dapat dilakukan adalah meningkatkan prosesor, atau meningkatkan kapasitas baterai disertai pemeliharaan (*maintenance*) agar harga produk selalu sesuai dengan kualitas dan manfaat yang dimiliki produk.
- b. Apabila Nokia dan Smartfren ingin berkompetisi secara langsung dengan merek *smartphone* Samsung maka merek *smartphone* Nokia dan Smartfren dapat meningkatkan kualitas grafis,

kualitas gambar yang ditangkap/diambil, menyusun fitur-fitur yang lebih membantu dalam mengerjakan aktivitas keseharian konsumen, dan mendesain bentuk-bentuk smartphone yang khas.

c. Apabila Nokia dan Smartfren ingin berkompetisi secara langsung dengan Blackberry maka Nokia dan Smartfren dapat meningkatkan kualitas suaranya, membuat fiturnya lebih mudah digunakan, membuat berbagai ukuran produk yang nyaman digunakan oleh konsumen, atau membuat harga produk yang lebih terjangkau.

d. Apabila Nokia dan Smartfren ingin berkompetisi secara langsung dengan iPhone maka Nokia dan Smartfren dapat meningkatkan kemampuan prosesornya sehingga tidak sering *crash* dan *hang*. Nokia dan Smartfren juga perlu memikirkan fitur-fitur yang khas yang akan menjadi ciri khusus yang hanya dimiliki oleh Nokia dan Smartfren.

4. *Smartphone* merek iPhone mempunyai kedekatan dengan atribut 2, 3, dan 10, atau tidak sering *crash*, tidak sering *hang*, dan memiliki fitur khas yang tidak dimiliki oleh merek lainnya. Dengan demikian :

a. Apabila iPhone ingin berkompetisi secara langsung dengan Samsung maka iPhone dapat meningkatkan kualitas grafis, kualitas gambar yang ditangkap/diambil, menyusun fitur-fitur yang lebih membantu dalam mengerjakan aktivitas keseharian konsumen, dan mendesain bentuk-bentuk smartphone yang khas.

- b. Apabila Nokia dan Sm iPhone ingin berkompetisi secara langsung dengan Blackberry maka iPhone dapat meningkatkan kualitas suaranya, membuat fiturnya lebih mudah digunakan, membuat berbagai ukuran produk yang nyaman digunakan oleh konsumen, atau membuat harga produk yang lebih terjangkau.
- c. Apabila iPhone ingin berkompetisi secara langsung dengan Nokia dan Smartfren maka iPhone dapat meningkatkan kemampuan prosesoranya sehingga tidak sering lag atau meningkatkan kapasitas baterainya. iPhone juga mungkin perlu meninjau kembali kesesuaian harga produk dengan kualitas dan manfaat yang dimiliki produk.

