

## INTISARI

Penelitian ini membahas tentang analisis posisi produk merk *hand phone* yaitu Nokia, Samsung, Sony Ericsson, dan Motorola, berdasarkan persepsi konsumen pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis posisi berbagai produk *hand phone* yaitu Nokia, Samsung, Sony Ericsson, dan Motorola di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan untuk mengidentifikasi atribut-atribut apa saja yang diunggulkan dan dibutuhkan pelanggan untuk masing-masing produk *hand phone*. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai posisi berdasarkan persepsi konsumen terhadap produk *hand phone* seperti Nokia, Samsung, Sony Ericsson, dan Motorola, diperoleh kesimpulan bahwa *hand phone* Nokia lebih diunggulkan pada atribut fasilitas, *handphone* Sony Ericsson lebih diunggulkan pada atribut fasilitas, *hand phone* Motorola lebih diunggulkan pada atribut harga, dan Samsung berada pada peringkat terendah pada keseluruhan atribut.

Kata Kunci: analisis posisi, correspondence analysis, persepsi konsumen dan produk *hand phone*.

