

Abstract

This study aims to find out which attributes of a smartphone are considered important by Gen Z in the Greater Jakarta area. This study will use the conjoint value analysis method to find out how important brand attributes, price, memory capacity, and camera resolution are from a smartphone. The subjects of this study are Gen Z or people aged 13-27 years who live in the Jabodetabek area. This study uses data collected through focus group discussion methods and online questionnaires by displaying several full product profiles of a smartphone consisting of several attributes and levels. The results obtained from this study indicate that Gen Z has their own different characteristics and differences as a generation that are shaped due to their environment that are close and have an easy access to technologies. The study also showed that all four of the attributes that are highlighted in this study are considered as an important attribute for a smartphone for Gen Z in the Jabodetabek area, with brands that are considered as the most important attributes of all. The findings from this study are expected to be useful for marketers in the smartphone industry in developing smartphone attributes that suit the preferences and needs of Gen Z in Jabodetabek area, and as information that can be used by marketers in developing and creating more innovations for targeted marketing campaigns.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui atribut-atribut apa yang dianggap penting oleh Generasi Z di wilayah Greater Jakarta. Penelitian ini akan menggunakan metode analisis nilai konjoin untuk mengetahui seberapa penting atribut-atribut seperti merek, harga, kapasitas memori, dan resolusi kamera dari sebuah smartphone. Subjek-subjek penelitian ini adalah Generasi Z atau individu yang berusia 13-27 tahun yang tinggal di wilayah Jabodetabek. Penelitian ini menggunakan data yang dikumpulkan melalui metode diskusi kelompok fokus dan kuesioner online dengan menampilkan beberapa profil produk lengkap dari smartphone yang terdiri dari beberapa atribut dan tingkatannya. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki karakteristik dan perbedaan tersendiri sebagai generasi yang dibentuk oleh lingkungan mereka yang dekat dan memiliki akses mudah ke teknologi. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa keempat atribut yang dihighlight dalam penelitian ini dianggap sebagai atribut penting bagi seorang smartphone bagi Generasi Z di wilayah Jabodetabek, dengan merek yang dianggap sebagai atribut paling penting dari semuanya. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pemasar dalam industri smartphone untuk mengembangkan atribut-atribut smartphone yang sesuai dengan preferensi dan kebutuhan Generasi Z di wilayah Jabodetabek, serta sebagai informasi yang dapat digunakan oleh pemasar dalam mengembangkan dan menciptakan inovasi lebih lanjut untuk kampanye pemasaran yang ditargetkan.