ABSTRAK

Memasuki era globalisasi membuat setiap perusahaan bersaing untuk memperebutkan pasar yang ada. Persaingan antara Nokia dan Sony Ericsson merupakan salah satu diantaranya. Banyaknya produk dan inovasi yang ditawarkan, baik Nokia dan Sony Ericsson harus mampu menghadirkan sesuatu yang berbeda di dalam setiap produknya.

Berdasarkan latar belakang maka penulis merumuskan masalah bagaimana analisis studi komparatif persepsi konsumen terhadap dimensi produk handphone Nokia dengan N seriesnya dan Sony Ericsson dengan W seriesnya

Tujuan dari penelitian skripsi ini, untuk mengetahui analisis studi komparatif persepsi konsumen terhadap dimensi produk handphone Nokia dengan N seriesnya dan Sony Ericsson dengan W seriesnya. Sedangkan data yang digunakan adalah data yang di dapat dari hasil pengisian kuesioner.

Penelitian ini dilakukan di stand Holy Phone, Pasar Atum Surabaya. Sedangkan responden yang diteliti sebanyak 60 orang. Dengan menggunakan uji *chi square* sebagai alat statistik atau perhitungan data kuesioner yang diolah oleh penulis.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, maka diperoleh kesimpulan bahwa persepsi konsumen Nokia N70 dan Sony Ericsson W850i sebagai sesuatu yang menarik adalah sama.

Hal ini dapat dilihat dari hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kelebihan yang dimiliki oleh Nokia N70 (sebagai handphone dengan multimedia terlengkap) mampu dimbangi oleh Sony Ericsson W850i yang mampu menghadirkan fitur *Music Player* yang cukup bagus, dan menjadi andalan utama dari semua W series (Walkman Phone).