

ABSTRAKSI

Penelitian bertujuan untuk menganalisis *Market share* terhadap keunggulan bersaing *Smartphone* iPhone pada agen penjualan handphone di Semarang. Penelitian ini berangkat dari masalah penelitian yaitu :“Bagaimana cara meningkatkan *Market share* pada produk Apple?” Telaah pustaka yang dilakukan telah menuntun peneliti dalam menghasilkan sebuah model penelitian penelitian yang dibentuk oleh hubungan empat (4) variabel yaitu: kualitas produk, inovasi produk, harga, keunggulan bersaing dan satu (1) indikator yaitu *Market share*.

Metode penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dengan sampel sebanyak 100 responden pada agen penjual handphone di Semarang. Metode analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif dan analisis kualitatif menggunakan analisis regresi linier berganda dengan program SPSS. Analisis ini meliputi: uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis melalui uji t dan uji F, serta koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada persamaan pertama kualitas produk, inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Untuk persamaan kedua keunggulan bersaing serta harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Market share*. Variabel inovasi produk merupakan faktor yang paling dominan mempengaruhi keunggulan bersaing sebesar 0,572 dan faktor terkecil mempengaruhi *Market share* adalah harga sebesar 0.216. Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa semua variabel independen memang layak untuk menguji variabel dependen. Angka Adjusted R Square pada persamaan pertama 0.568, sedangkan pada persamaan kedua sebesar 0.091. Hal ini menunjukkan bahwa 56.8% keunggulan bersaing dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk dan inovasi produk. Sedangkan pada persamaan kedua menunjukkan bahwa 9.1% *Market share* dapat dijelaskan oleh variabel keunggulan bersaing dan harga. Sisanya dapat dijelaskan oleh variabel-variabel lainnya di luar penelitian.

Kata kunci : Kualitas produk, inovasi produk, harga, keunggulan bersaing dan *Market share*