

ABSTRAK

**ANALISIS PENGARUH DAYA TARIK STRATEGI PENETAPAN
HARGA MENURUT KONSUMEN TERHADAP KUATNYA MOTIF
KONSUMEN DALAM MEMBELI PRODUK *HANDPHONE* LOKAL
Studi Kasus pada Konsumen Produk *Handphone* Lokal *Dual On GSM-GSM
Qwerty* bukan *Bundling* dengan Merek Beyond, K-Touch, IMO, dan HT di
Kota Yogyakarta**

**Monika Titi Ratnasari
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Sanata Dharma Yogyakarta
2010**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) apakah harga merupakan motif utama konsumen dalam membeli produk *handphone* lokal *dual on GSM-GSM qwerty* bukan *bundling* dengan merek Beyond, IMO, K-Touch, dan HT di Kota Yogyakarta dan 2) apakah daya tarik strategi penetapan harga (harga dan garansi) menurut konsumen berpengaruh terhadap kuatnya motif konsumen dalam membeli produk *handphone* lokal *dual on GSM-GSM qwerty* bukan *bundling* dengan merek Beyond, IMO, K-Touch, dan HT di Kota Yogyakarta. Pengumpulan data dilakukan mulai dari tanggal 27 April 2010 sampai dengan 5 Juli 2010.

Populasi penelitian ini adalah orang-orang atau konsumen *handphone* lokal *dual on GSM-GSM qwerty* bukan *bundling* dengan merek Beyond, IMO, K-Touch, dan HT di Kota Yogyakarta. Sampel penelitian ini adalah 100 orang, yang terdiri dari 25 orang responden pengguna *handphone* lokal merek Beyond, 25 orang responden pengguna *handphone* lokal merek IMO, 25 orang responden pengguna *handphone* lokal merek K-Touch, dan 25 orang responden pengguna *handphone* lokal merek HT. Teknik pengambilan sampel dengan *Area Convenience Sampling*. Data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner di setiap kecamatan yang ada di Kota Yogyakarta. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis prioritas kepentingan dan analisis regresi linier sederhana.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) harga merupakan motif utama konsumen dalam membeli *handphone* lokal *dual on GSM-GSM qwerty* bukan *bundling* dengan merek Beyond, IMO, K-Touch, dan HT di Kota Yogyakarta, dan 2) daya tarik strategi penetapan harga (harga dan garansi) menurut konsumen berpengaruh terhadap kuatnya motif konsumen dalam membeli *handphone* lokal *dual on GSM-GSM qwerty* bukan *bundling* dengan merek Beyond, IMO, K-Touch, dan HT di Kota Yogyakarta.

ABSTRACT

EFFECT ANALYSIS ON PRICE SETTING STRATEGY AS TO CONSUMERS AGAINST CONSUMER'S MOTIVES IN BUYING LOCAL HANDPHONE PRODUCTS

**Case Studies on Consumers of Local Handphone Products, Dual on GSM-
GSM Qwerty, not Bundling, with Beyond, K-Touch, IMO, and HT brands, in
Yogyakarta**

**Monika Titi Ratnasari
Economics Faculty of Management Studies Program
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2010**

This study aims to determine: 1) whether the price is the main motive of consumers in buying a local mobile products dual-on GSM-GSM qwerty, not bundling, with Beyond, IMO, K-Touch, and HT brands, in Yogyakarta and 2) whether consumer's perception on pricing strategy (price and warranty) build strong motives in buying a local mobile product on GSM-GSM dual qwerty instead of bundling it with Beyond, IMO, K-Touch, and HT, in the city of Yogyakarta. Data collection was conducted from April 27, 2010 to July 5, 2010.

The population of this research is people or local phone customers of dual-on GSM-GSM qwerty, not bundling, with Beyond, IMO, K-Touch, and HT brands, in Yogyakarta. Samples are 100 people, consisting of 25 people using local 'Beyond' brand mobile phone, 25 people using local 'IMO' brand mobile phone, 25 people using local 'K-Touch' mobile phone, and 25 people using local 'HT' brand. The sampling technique is *Area Convenience Sampling*. Data were collected by distributing questionnaires in each district in the city of Yogyakarta. The analysis technique used is the analysis of priority interest and simple linear regression analysis.

The results showed that: 1) price is the main motive of consumers in buying a local mobile phone dual-on GSM-GSM qwerty, not bundling, with Beyond, IMO, K-Touch, and HT brands, in Yogyakarta, and 2) pricing strategy (price and guarantee) build a strong motives in buying a local mobile phone dual-on GSM-GSM qwerty, not bundling, with Beyond, IMO, K-Touch, and HT brands, in Yogyakarta.