

ABSTRAK

ANALISIS EFEKTIVITAS STRATEGI *JOINT VENTURE* DITINJAU DARI KEPENTINGAN KONSUMEN Studi Kasus Pada Konsumen *Handphone* di Jogjatronik

VIKI CHRISTIAWAN
UNIVERSITAS SANATA DHARMA
YOGYAKARTA
2009

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui perbedaan kualitas produk dan kepuasan konsumen antara *handphone* Sony Ericsson dan Ben-Q Siemens yang merupakan hasil dari perusahaan *joint venture* dibandingkan dengan *handphone* lain yang bukan merupakan hasil dari perusahaan *joint venture* serta untuk mengetahui apakah kualitas *handphone* Sony Ericsson dan Ben-Q Siemens yang merupakan hasil dari perusahaan *joint venture* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam hal empati, jaminan dan harga.

Penelitian yang dilakukan adalah penelitian lapangan dan dalam pengumpulan datanya menggunakan kuesioner. Analisis data pada masalah pertama dan kedua menggunakan uji beda dua rata – rata untuk mengetahui perbedaan kualitas produk *handphone* dari perusahaan *joint venture* dibandingkan dengan *handphone* yang bukan hasil dari perusahaan *joint venture* serta untuk mengetahui perbedaan kepuasan konsumen terhadap *handphone* dari perusahaan *joint venture* dibandingkan dengan *handphone* lain yang bukan dari perusahaan *joint venture*. Analisis data pada masalah ketiga menggunakan uji regresi linear sederhana, digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas *handphone* dari perusahaan *joint venture* terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa (1) Tidak terdapat perbedaan kualitas menurut persepsi konsumen antara *handphone* Sony Ericsson dan Ben-Q Siemens yang merupakan hasil dari perusahaan *joint venture* dibandingkan dengan *handphone* lain yang bukan hasil dari perusahaan *joint venture*. (2) Terdapat perbedaan kepuasan konsumen pada aspek empati antara *handphone* Sony Ericsson dan Ben-Q Siemens yang merupakan hasil dari perusahaan *joint venture* dibandingkan dengan *handphone* lain yang bukan hasil dari perusahaan *joint venture*. Namun hal ini tidak berlaku untuk kepuasan pada aspek jaminan dan harga. (3) Kualitas menurut persepsi konsumen atas *handphone* Sony Ericsson dan Ben-Q Siemens yang merupakan hasil dari perusahaan *joint venture* kurang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada aspek empati dan harga. (4) Kualitas menurut persepsi konsumen atas *handphone* Sony Ericsson dan Ben-Q Siemens yang merupakan hasil dari perusahaan *joint venture* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada aspek jaminan.

ABSTRACT

THE EFFECTIVITY ANALYSIS OF *JOINT VENTURE* STRATEGY BASED ON CONSUMER'S IMPORTANCE

Case Study on *Handphone* Consumer at Jogjatronik

**VIKI CHRISTIAWAN
SANATA DHARMA UNIVERSITY
YOGYAKARTA
2009**

The purpose of the research were to identify the quality difference and satisfaction difference of handphone Sony Ericsson dan Ben-Q Siemens as a joint venture company with other handphones that were not produced by joint venture companies and to identify the effect of consumer's perception to handphone Sony Ericsson dan Ben-Q Siemens toward consumer's satisfaction on empathy, assurance and price.

The research was a field research and data collected by questionnaire. The analysis of 1st and 2nd problem was two mean difference test in order to identify about quality difference between handphone product of Joint venture compared with handphone product of non joint venture and to identify the satisfaction difference between handphone produced by joint venture compared with handphone produced by non joint venture. The analysis of 3rd problem was linear regression test to identify the quality effect of handphone product of joint venture toward customer's satisfaction.

The corelusion of the research as follows (1) there was no quality difference based on consumer's perception between handphone Sony Ericsson dan Ben-Q Siemens that were joint venture company with other handphones that were produced by non joint venture companies(2) There was satisfaction difference on empathy aspect between handphone Sony Ericsson dan Ben-Q Siemens that produced by joint venture company with other handphones that were produced by non joint venture company. But there was no satisfaction difference on assurance and price aspect. (3) There was no effect of quality on consumer's perception to handphone Sony Ericsson dan Ben-Q Siemens toward consumer's satisfaction on empathy and price aspect. (4) There was effect of quality on consumer's perception to handphone Sony Ericsson dan BenQ Siemens toward consumer's satisfaction on assurance aspect.