

ABSTRAK

ANALISIS PERBEDAAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP MEREK *SMARTPHONE* CHINA DAN NON CHINA

Studi Kasus pada Pengguna *Smartphone* Vivo dan Samsung di Jogjatronik Mall

Satria Nugraha Wicaksana

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta, 2018

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan persepsi konsumen terhadap harga, kualitas, desain, dan promosi dari merek *smartphone* China dan non China. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *sampling aksidental*. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, dan uji manova. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Ada perbedaan persepsi konsumen yang signifikan terhadap harga dari merek *smartphone* China (Vivo) dan non China (Samsung). 2) Ada perbedaan persepsi konsumen yang signifikan terhadap kualitas dari merek *smartphone* China (Vivo) dan non China (Samsung). 3) Ada perbedaan persepsi konsumen yang signifikan terhadap desain dari merek *smartphone* China (Vivo) dan non China (Samsung). 4) Ada perbedaan persepsi konsumen yang signifikan terhadap promosi dari merek *smartphone* China (Vivo) dan non China (Samsung).

ABSTRACT

DIFFERENT PERCEPTION ANALYSIS OF CHINESE'S AND OTHER'S SMARTPHONE CONSUMERS

Study Case of Vivo's and Samsung's Users in Mall of Jogjatronik

Satria Nugraha Wicaksana

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta, 2018

The purposes of this study are to find out different perception of consumer for the price, quality, design, and the promotion of the chinese smartphone and others. Accidental sampling technical was used as the sampling method in this study. Interview and distribute the questionnaire was used as the data collect method. For the analysis data, validity test, reliability test, and manova test also use in this methods. We catch up four conclusions result in study, they are 1) The different consumers perception that are very significant with the price of Vivo's and Samsung's smartphone. 2) The different consumers perception that are very significant with the quality of Vivo's and Samsung's smartphone. 3) The different consumers perception that are very significant with the design of Vivo's and Samsung's smartphone. 4) The different consumers perception that are very significant with the promotion of Vivo's and Samsung's smartphone.