

ABSTRAK

Dewasa ini, *smartphone* mengalami perkembangan yang cukup pesat di pasar teknologi. Banyak *penjual smartphone* berbondong-bondong membuat promosi untuk menarik minat pasar supaya mau membeli *smartphone* yang mereka tawarkan. Salah satunya adalah dengan memberikan potongan harga dan internet data gratis. Penelitian kali ini, meneliti tentang efek dari adanya promosi berupa *bonus pack* dan juga *price discount* terhadap *consumer evaluations* dengan studi kasus berupa *smartphone* yang terdiri dari 9 jenis sel. Metode digunakan berbentuk eksperimen. Data dikumpulkan menggunakan *platform* QuestionPro dan sebanyak 45 partisipan terkumpul untuk masing-masing sel.

Data yang telah terkoleksi dimasukkan ke dalam sistem operasional SPSS dan diolah dengan menggunakan metode ANOVA. Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa *bonus pack* lebih diminati oleh partisipan dibandingkan *price discount*. Dimana dalam kasus *smartphone* penggabungan promosi *high bonus pack* dan *low price discount* lebih diminati oleh partisipan dibandingkan dengan promosi *low bonus pack* dan *price discount*. Selain itu, pemberian promosi berupa *bonus pack* akan membuat *consumer evaluations* menjadi lebih positif apabila diberikan promosi tambahan berupa *price discount*, dibandingkan tanpa penambahan promosi tersebut.

Berdasarkan hasil yang diperoleh, para distributor dan penjual *smartphone* disarankan untuk memberikan promosi memberikan *bonus* yang lebih besar kuantitasnya dibandingkan dengan *price discount*. Tujuannya adalah untuk membentuk reaksi yang lebih positif di mata calon pembeli *smartphone* ketika mereka dihadapkan dengan promosi berupa *bonus pack* dan *price discount* tersebut. Perlu diperhatikan pula bahwa apabila *bonus pack* ditawarkan lebih kecil dibandingkan *price discount*, konsumen akan memberikan reaksi yang negatif.

Kata kunci: *bonus pack*, *price discount*, *consumer evaluations*, *smartphone*, *multiple promotions*

Abstract

In these days and age, smartphone market has drastically increased. A lot of smartphone sellers create all sort of promotions to attract the market into buying their phones. One of the promotions that they offer often comes in a form of price discount and free internet package. This research will examine the effect of price discount and bonus pack towards consumer evaluation of smartphones. In this research, 9 sels will be conducted. This research will use experimental design. Data was collected via QuestionPro and 45 participants was collected on each study.

The data that we've obtained will be analyzed using ANOVA on SPSS. The results show that bonus pack is more preferable than price discount. In this case smartphone promotion with high bonus pack and low price discount are more preferred than promotion with low bonus pack and high price discount. Other than that, promotion in the form of bonus pack will yield a more positive consumer evaluation if it is offered with an extra promotion of price discount compared to without any extra price discount.

Based on the results, smartphone sellers are advised to give a larger bonus pack compare to price discount. Therefore, a positive reaction can be expected out of a promotion consisted of high bonus pack and low price discount. Note if low bonus pack and high price discount given, it might create a negative reaction.

Key words: bonus pack, price discount, consumer evaluations, smartphone, multiple promotions