

## Evaluasi konsumen wanita terhadap price deal di Jakarta. = Women evaluation toward price deal on high-heel shoes and minidress in Jakarta

Lubis, Tania Fatimah, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20341208&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Banyak pemasar menggunakan potongan harga atau price deal untuk menarik konsumen. Peneliti ingin tahu apakah adanya pemakaian price deal mempengaruhi pembentukan brand equity, brand loyalty, perceived quality, purchase intentions konsumen wanita untuk produk merek harga tinggi dan harga rendah. Peneliti juga ingin mengetahui apakah juga terjadi interaksi antara harga dan price deal. Menggunakan uji eksperimen dengan dua kelompok uji yang berbeda (merek nyata dan merek liktif). Desain eksperimen 2 (level harga : harga tinggi dan harga rendah; between) kali 2 (level price deal : Absent dan diskon 40%/6; between). Peneliti menemukan bahwa pengaruh price deal tiap level harga tidak berbeda jauh, tetapi berbeda untuk merek yang dikenal atau tidak dikenal. price deal cenderung berpengaruh berbeda untuk tiap kategori produk, dan sama untuk tiap level harga dalam kategori produk yang sama.

.....Matty marketers use price deal to attract consumer. It creates curious thinking, whether price deal have effect on forming brand equity, brand loyalty, perceived quality, and purchase intentions in women. Using experiment with two different study (real brand and fake brand), with experiment design 2 (price level : high price and low price; between) by 2 (price deal level : absent and 40% discount; between). Result of this research found that price deal have different effect on different product categories and almost the same for high price and low price product in the same category.