

## ABSTRACT

This thesis is entitled “**Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Tv LED Samsung di Pontianak**”. The purposes of this research is to know how the prices, promotions, distributions, product’s quality, social, culture, and personal opinion towards the demand of Samsung LED TV in Pontianak. The condition of macroeconomic status (buying range, citizen’s growth, inflation, and also the capital’s emolument is also included in this study.

The methods used in this study is descriptive method, in which is a method of a research by giving a scheme and facts of a condition and objects of research in the field to solve the problem. This method is also used to see how far the demands and perception of Pontianak’s pupils towards Samsung LED TV. The data sources are primary and secondary. The technique to collect the data is by using questioners, direct interviews, and also from the closes jurisdiction. The data analysis technique is a descriptive technique with a qualitative approach. The respondents in this research are around 100 people who are the customers and users of Samsung LED TV in Pontianak.

From this research, around 73% respondents are agreeing that there are slight differences in prices on each electronic store, yet it did not diminish their interest to buy a television which is appropriate to their will. On the promotion level, the consumers will get more interested to buy electronic goods if they are given a gift. It also applies on the availability on the product. Thus, if the products are not available, then the customers will get tempted to buy another brand. The Samsung LED TV quality is the major issue which makes the customers is interested in buying it.

From the interview, around 36% respondents did not agree about the usage of a certain brand could improve someone’s social status. From the cultural and psychological factors, around 89% respondents are agreeing that a television which has a better picture quality while airing information will get the interest of the customers. It will also have an impact on the habits of choosing the Samsung LED TV. It can be concluded from the interview, that there are 76% customers have the will to have a TV. There are also 67% customers agreed that there are perspective from the surroundings that Samsung LED TV is the best television, and it gave the surroundings the will to have the TV.

*\*Keyword (price factors, promotions, distributions, product quality, social and culture, psychology, and people’s perspective towards the demand of Samsung LED TV).*

## ABSTRAKSI

Judul dalam skripsi ini adalah “**Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Tv LED Samsung di Pontianak**”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk Mengetahui faktor harga, promosi, distribusi, kualitas produk, budaya, sosial, dan pribadi terhadap permintaan TV LED Samsung di Pontianak. Serta untuk mengetahui kondisi ekonomi makro (*daya beli, pertumbuhan penduduk, inflasi, pendapatan perkapita penduduk*) terhadap permintaan TV LED Samsung.

Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif yaitu metode penelitian dengan memberikan gambaran serta fakta-fakta suatu keadaan dan objek penelitian yang ada di lapangan untuk memecahkan masalah dan melihat sejauh mana tingkat permintaan serta persepsi masyarakat Kota Pontianak terhadap TV LED Samsung. Sumber data yaitu data primer dan data skunder, sedangkan tehnik pengumpulan data dilakukan dengan pengisian kuisioner dan wawancara langsung serta data dari instansi yang terkait. Teknik analisis data yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 100 orang yang merupakan konsumen pengguna TV LED Samsung di Kota Pontianak.

Dari penelitian ini dari hasil wawancara yaitu sebanyak 73% responden setuju bahwa terdapat perbedaan harga di setiap toko elektronik, tetapi tidak mengurangi minat mereka untuk membeli TV sesuai dengan keinginan mereka. Sedangkan pada promosi, konsumen akan lebih tertarik untuk membeli suatu produk apabila diberikan hadiah secara langsung. Begitu juga halnya dengan distribusi atau ketersediaan produk TV, karena apabila produk tersebut tidak tersedia maka konsumen akan beralih ke merk lain. Kualitas yang ada pada TV LED Samsung membuat konsumen tertarik untuk memiliki TV LED Samsung.

Pada faktor sosial dari hasil wawancara dimana sebanyak 36% responden tidak setuju mengenai penggunaan produk TV bermerk dapat membuat status seseorang menjadi tinggi. Sedangkan pada faktor budaya dan psikologis dari hasil wawancara sebanyak 89% responden setuju mengenai kebiasaan memilih TV dengan kualitas gambar yang bagus pada saat menyajikan atau menayangkan informasi, sehingga konsumen akan tertarik untuk membeli TV LED Samsung yang memiliki kualitas gambar yang baik. Dari hasil wawancara juga dapat disimpulkan bahwa sebanyak 76% responden setuju dengan adanya keinginan dari diri konsumen untuk memiliki TV serta sebanyak 67% responden setuju dengan pernyataan adanya persepsi dari lingkungan sekitar yang menyatakan bahwa TV LED Samsung bagus, menimbulkan keinginan untuk membeli.

Kata kunci: *faktor harga, promosi, distribusi, kualitas produk, sosial, budaya dan psikologis serta persepsi masyarakat terhadap permintaan TV LED Samsung*