

INTISARI

Penelitian ini mencoba menganalisis pengaruh konteks individu, konteks sosial dan stimulasi pemasaran terhadap perilaku pencarian variasi. Subyek penelitian adalah mahasiswa fakultas ekonomi UMY yang terdiri dari mahasiswa Ekonomi Manajemen, mahasiswa Ekonomi Akuntansi dan mahasiswa IESP yang menggunakan handphone dengan merek Nokia. Produk dipilih karena banyak dipakai oleh mahasiswa selain itu handphone Nokia juga memiliki banyak varian atau seri terbaru dengan kualitas yang bagus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konteks individu, sosial dan stimulasi pemasaran memberikan pengaruh yang positif terhadap perilaku pencarian variasi.

.....

ABSTRACT

This research try to analyse influence of individual context, social context and marketing stimulasi to behavior of seeking of variation. Research Subyek is faculty of economics student of UMY which consist of Economic student Management, Economic student student and accountancy of IESP using handphone with brand of Nokia. Product selected because weared many by students, besides Nokia handphone also memilki many newest series or variants with good quality. Research result indicate that individual context, social context and marketing stimulasi give influence which are positive to behavior of seeking of variation.