

## ***ABSTRACT***

This research aims to look at the basis of lovebird pricing and consumer decisions in making lovebird purchases on the market. This is because the lovebird sold in the market has various prices even though it has the same quality. The trend of the lovebird phenomenon can also affect the pricing of lovebird sold on the market. Lovebirds with exciting achievements, melodious sounds, and exotic colors can be sold at high prices.

This research uses qualitative approach by using basic research. This study uses the seller and buyer objects from lovebird in the Surabaya area. Surabaya is one of the cities that became the benchmark of lovebird prices to compare with prices in other cities by sellers and buyers.

The findings of this study indicate that the selling price of majority lovebird is only based on sound and color, for other elements it is very unclear, the mark-up contained in lovebird cannot be clearly defined. When buying lovebird, consumers do not consider the rational aspect because they only see the sound and color. For the budget is not a big issue, most importantly lovebird has a good quality according to the tastes of lovebird consumers.

*Keywords:* Mark-up, budget, rational viii

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat dasar dari penetapan harga *lovebird* dan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian *lovebird* di pasar. Hal ini dikarenakan *lovebird* yang dijual di pasar memiliki harga beraneka macam meskipun memiliki kualitas yang sama. Tren dari fenomena *lovebird* juga dapat mempengaruhi dari penetapan harga *lovebird* yang di jual di pasar. *Lovebird* yang memiliki prestasi, suara merdu, dan warna yang eksotis dapat di jual dengan harga tinggi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan *basic research*. Penelitian ini menggunakan objek penjual dan pembeli dari *lovebird* di wilayah Surabaya. Surabaya merupakan salah satu kota yang menjadi patokan harga *lovebird* untuk di bandingkan dengan harga di kota lain oleh para penjual dan pembeli.

Temuan dari penelitian ini menunjukkan penetapan harga jual *lovebird* mayoritas hanya berdasarkan pada suara dan warna, untuk unsur lainnya sangat tidak jelas penilaiannya, mark-up yang terkandung di dalam *lovebird* tidak dapat ditetapkan secara jelas. Pada saat membeli *lovebird*, konsumen tidak mempertimbangkan aspek rasional karena hanya melihat dari suara dan warna tersebut. Untuk anggaran yang dikeluarkan bukan sebuah permasalahan besar, yang terpenting *lovebird* tersebut memiliki kualitas yang bagus sesuai selera konsumen *lovebird* tersebut.

Kata kunci : Mark-up, anggaran, rasional.