

**PENGARUH KESADARAN NILAI DAN SENSITIVITAS HARGA  
TERHADAP PENERIMAAN HARGA PROMO DENGAN KEBUTUHAN  
KOGNISI SEBAGAI VARIABEL MODERATOR, PADA PELANGGAN  
KARTU SIMPATI DI SURABAYA**

**IRMA SEPTIA HARTININGTYAS**

**HARTININGTYAS, IRMA SEPTIA**

**Pembimbing : Dr. SRI HARTINI, SE., M.Si.**

Harga promo, kesadaran nilai, sensitivitas harga, kebutuhan kognisi, Simpati  
Talkmania.

PROMOTION; CONSUMER BEHAVIOR

KKB KK B 463 10 Har p

**ABSTRAKSI**

Penerimaan harga promo adalah salah satu fenomena menarik bagi pemasar. Penelitian ini bertujuan untuk memprediksi perilaku yang dapat menentukan penerimaan harga promo atas suatu produk, yang ditarik dari sudut pandang pengelolaan informasi, dengan menggunakan prediksi yaitu variabel kesadaran nilai, sensitivitas harga dan peran kebutuhan kognisi sebagai variabel moderator. Objek penelitian ini adalah pelanggan Simpati dengan total jumlah sample yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 100 orang responden yang diperoleh melalui survey langsung via kuesioner dengan teknik analisis data moderated regression analysis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesadaran nilai dan sensitivitas harga berpengaruh positif terhadap penerimaan harga promo, serta kebutuhan kognisi hanya memoderasi pengaruh kesadaran nilai terhadap penerimaan harga promo.