



INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan kebenaran *law of one price* dalam teori Ekonomika Internasional. *Law of one price* menjelaskan bahwa harga barang yang identik memiliki harga yang sama meskipun dijual di negara yang berbeda. Studi empiris ini menggunakan data produk konsumen *skin care* merek Oriflame di empat negara ASEAN yaitu Indonesia, Vietnam, Thailand, dan Myanmar tahun 2017. Dengan menggunakan teknik estimasi OLS, dalam studi empiris ini dikonfirmasi bahwa *law of one price* untuk produk konsumen *skin care* Oriflame di keempat negara tersebut kecenderungannya sulit dibuktikan (harga memiliki kecenderungan berbeda secara statistik di empat negara yang diteliti).

Kata Kunci: *Law Of One Price*, Harga, Barang Identik, Perdagangan Internasional



ABSTRACT

The research aims to prove the correctness of the law of one price in International Economic theory. The law of one price explains that prices for identical goods have the same price even though they are sold in different countries. This empirical study uses data from Oriflame consumer skin care products in four countries, namely Indonesia, Vietnam, Thailand and Myanmar in 2017. Using the OLS estimation technique, it is confirmed that the law of one price for Oriflame skin care consumer products in the four countries is difficult proved in this empirical study (prices have a statistically different trend in the four countries studied).

Keywords: Law of One Price, Price, Identical Goods, International Trade.