

ABSTRAK

Kondisi perekonomian di Indonesia sejak terjadi krisis moneter menjadi tidak menentu hingga sekarang ini. Saat ini kondisi perekonomian negara kita diperburuk dengan naiknya harga minyak dunia yang membuat pemerintah mengeluarkan kebijakan untuk menaikkan harga BBM (Bahan Bakar Minyak) yang membawa perubahan kepada semua aspek kehidupan.

Dikarenakan kenaikan harga BBM tanpa diimbangi oleh kenaikan pendapatan, menyebabkan turunnya permintaan pasar serta kenaikan biaya operasional hampir pada semua jenis industri. Hal yang serupa terjadi pada industri penyuplaian barang bagi preusan-perusahaan manufaktur seperti CV. Tjin Bho.

Menurut *Kotler dan Armstrong* (2001 :440) harga adalah satu-satunya elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan profit, sedangkan elemen yang lain hanya mewakili harga. Harga juga merupakan elemen yang paling fleksibel dari bauran pemasaran.

Menurut *Bremen dan Evans* (1995 : 201), minat beli dapat didefinisikan sebagai rasa ketertarikan yang dialami oleh konsumen terhadap suatu produk (barang atau jasa) yang dipengaruhi oleh faktor-faktor di luar dan di dalam konsumen.

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pelaksanaan penetapan harga dengan minat beli konsumen maka penulis mengadakan penelitian di CV. Tjin Bho sebuah perusahaan suplier di Bandung dengan menggunakan metode verifikatif dan deskriptif. Adapun sumber data terdiri dari data primer dan data sekunder, metode pengumpulan data terdiri dari studi pustaka, survei, observasi, dan metode analisis data yang digunakan ialah analisis kuantitatif dan kualitatif serta pengumpulan sampel dengan pengambilan sampel secara acak sederhana (*Simple Random Sampling*)

Penelitian yang dilakukan melibatkan 32 orang responden yang merupakan pelanggan dari CV. Tjin Bho. Dari hasil analisa dan pengolahan data dengan menggunakan korelasi Spearman didapatkan $r_s = 0,4579$, hal ini menunjukkan adanya hubungan yang cukup berarti antara pelaksanaan penetapan harga dengan minat beli konsumen, serta hubungan yang positif dimana kenaikan atau penurunan salah satu dari kedua variabel tersebut akan menaikkan atau menurunkan variable lainnya. Melalui uji signifikasi diperoleh $t_{hitung} = 2,82$ dan dibandingkan dengan $t_{tabel} = 2,04$ ternyata t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka H_0 ditolak yang berarti ada hubungan antara pelaksanaan penetapan harga dengan minat beli konsumen. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, hasil penelitian menunjukkan bahwa sebanyak 20,98% minat beli konsumen dipengaruhi oleh pelaksanaan penetapan harga, sedangkan 79,02% dipengaruhi oleh faktor lain.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	2
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian	5
1.5 Kerangka Pemikiran	6
1.6 Hipotesis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Pengertian Pemasaran	11
2.2 Pengertian Bauran Pemasaran	11
2.3 Pengertian Harga	13
2.4 Tujuan Penetapan Harga	14

2.5	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penetapan Harga	16
2.6	Prosedur Penetapan Harga	22
2.7	Metode Penetapan Harga	26
2.8	Strategi Adaptasi Harga	32
2.9	Memulai dan Menanggapi Perubahan Harga	37
2.10	Pengertian Minat Beli	40
2.11	Tahap-tahap Untuk Mencapai Keputusan Pembelian	40
2.12	Karakteristik Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen...	43
2.13	Teori Sensitivitas Harga	45
2.14	Pengaruh Sensitivitas Harga Terhadap Minat Beli	46
2.15	Hubungan Antara Penetapan Harga Dengan Minat Beli	47
BAB III	OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN	49
3.1	Objek Penelitian	49
3.1.1	Sejarah CV. Tjin Bho	49
3.1.2	Produk dan Jasa Yang Ditawarkan Oleh CV. Tjin Bho	51
3.2	Metodologi Penelitian	53
3.2.1	Jenis Data dan Sumber Data	54
3.2.2	Operasional Variable	54
3.2.3	Metode Pengumpulan Sampel	56
3.2.4	Metode Penentuan dan Pengambilan Sampel	57

3.2.5	Teknik Pengolahan dan Analisis Data-----	58
3.2.6	Analisis Statistik -----	60
3.2.7	Analisis Koefisien Determinasi -----	64
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN-----	65
4.1	Hasil Penelitian-----	65
4.1.1	Pelaksanaan Penetapan Harga -----	65
4.1.2	Strategi Adaptasi Harga -----	66
4.2	Hasil Pengolahan Data -----	67
4.2.1	Profil Responden-----	68
4.2.2	Penilaian Responden Mengenai Penetapan Harga-----	70
4.2.3	Penilaian Mengenai Minat Beli Konsumen-----	77
4.2.4	Analisis Statistik -----	84
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN-----	90
5.1	Kesimpulan-----	90
5.2	Saran-----	91

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

TABEL 3.1	Operasionalisasi Variabel	55
TABEL 3.2	Skala Penilaian Jawaban Yang Berkaitan Dengan Penetapan Harga	60
TABEL 3.3	Skala Penilaian Jawaban Yang Berkaitan Minat Beli Konsumen	60
TABEL 4.1	Data Responden Berdasarkan Jenis Usaha	68
TABEL 4.2	Data Responden Berdasarkan Lokasi Perusahaan	69
TABEL 4.3	Data Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian/bulan	69
TABEL 4.4	Penilaian Responden Mengenai Penetapan Harga	70
TABEL 4.5	Penilaian Responden Mengenai Perbandingan Harga dengan Kualitas	71
TABEL 4.6	Penilaian Responden Mengenai Potongan Harga Khusus	71
TABEL 4.7	Penilaian Responden Mengenai Tempo Pembayaran	72
TABEL 4.8	Penilaian Responden Mengenai Harga Khusus	72
TABEL 4.9	Penilaian Responden Mengenai Penetapan Harga	73
TABEL 4.10	Penilaian Responden Mengenai Penetapan Harga	74
TABEL 4.11	Penilaian Responden Mengenai Penetapan Harga	74
TABEL 4.12	Penilaian Responden Mengenai Penetapan Biaya Pengiriman	75

TABEL 4.13	Penilaian Responden Mengenai Penetapan Harga yang bervariasi	75
TABEL 4.14	Penilaian Responden Mengenai Harga Khusus.....	76
TABEL 4.15	Penilaian Responden Mengenai Kenaikan Harga.....	76
TABEL 4.16	Penilaian Minat Responden Terhadap Penetapan Harga	77
TABEL 4.17	Penilaian Minat Responden Terhadap Potongan Harga Khusus.....	78
TABEL 4.18	Penilaian Minat Responden Terhadap Kualitas Produk	78
TABEL 4.19	Penilaian Minat Responden Terhadap Penetapan Harga Khusus.....	79
TABEL 4.20	Penilaian Minat Responden Terhadap Tempo Pembayaran.....	79
TABEL 4.21	Penilaian Minat Responden Terhadap Kebijakan Harga Khusus	80
TABEL 4.22	Penilaian Minat Responden Terhadap Harga yang Bervariasi...	81
TABEL 4.23	Penilaian Minat Responden Terhadap Penyesuaian Harga.....	81
TABEL 4.24	Penilaian Minat Responden Terhadap Pelimpahan Biaya Pengiriman.....	82
TABEL 4.25	Penilaian Minat Responden Terhadap Harga Khusus.....	83
TABEL 4.26	Penilaian Minat Responden Terhadap Kenaikan Harga.....	83
TABEL 4.27	Penilaian Minat Responden Terhadap Garansi Produk	84
TABEL 4.28	Korelasi Rank Spearman.....	85

TABEL 4.29	Angka Kembar Pada Variabel X.....	87
TABEL 4.30	Angka Kembar Pada Variabel Y.....	87

TABEL GAMBAR

GAMBAR 1.1	Pergerakan Kurs IDR terhadap US \$-----	1
GAMBAR 1.2	Skema Kerangka Pemikiran -----	10
GAMBAR 2.1	Hubungan Unsur-unsur Bauran Pemasaran -----	13
GAMBAR 2.2	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga-----	16
GAMBAR 2.3	Kurva Permintaan -----	19
GAMBAR 2.4	Langkah-langkah Penetapan Harga -----	26
GAMBAR 2.5	Program Reaksi Harga Untuk Menghadapi Penurunan Harga Pesaing -----	39
GAMBAR 2.6	Tahap-tahap Antara Evaluasi Alternatif dan Keputusan Pembelian -----	43
GAMBAR 3.1	Distribusi T-----	63