

ABSTRAK

Dewasa ini persaingan yang dihadapi perusahaan-perusahaan baik perusahaan industri maupun non industri sangat tinggi. Untuk itu, maka setiap perusahaan, dimana salah satunya adalah CV. Bintang Snack harus mampu memilih strategi yang tepat dalam menjalankan perusahaannya agar mampu bersaing dan dapat bergerak cepat untuk memanfaatkan peluang-peluang yang ada maupun yang akan muncul. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan perlu menyusun strategi pemasaran yang tepat untuk mencapai kesinambungan usaha serta mempertahankan pelanggan yang ada dan mencari pelanggan baru.

Kekuatan bersaing bagi CV. Bintang Snack adalah kesanggupannya untuk mengungguli perusahaan sejenis dalam usaha memperoleh pangsa pasar. Dalam persepsi konsumen, kekuatan bersaing adalah daya tarik terhadap produk atau jasa yang bisa membuat mereka memilihnya diantara banyak produk yang tersedia dan diantara komponen daya tarik dalam persepsi pelanggan tersebut adalah harga.

Adapun judul penelitian ini adalah **Pengaruh Kebijakan Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk CV. Bintang Snack di Bandung**, di mana maksud penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan kebijakan harga produk CV. Bintang Snack, bagaimana tanggapan mengenai proses keputusan pembelian produk dan Seberapa besar pengaruh kebijakan harga yang dilakukan perusahaan berpengaruh terhadap proses keputusan pembelian konsumen pada produk CV. Bintang Snack. Hal ini dilihat dari data-data penyertaan tanggapan responden yang merupakan konsumen produk CV. Bintang Snack di Bandung sebanyak 100 orang sampel penelitian.

Setelah melakukan perhitungan terhadap data-data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kebijakan harga terhadap proses keputusan pembelian konsumen. Arah keberpengaruhan antara variabel kebijakan harga terhadap proses keputusan pembelian adalah positif, hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien regresi (b_0 dan b_1) yang bertanda positif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin baik kebijakan harga yang ditetapkan maka akan semakin meningkat pula keputusan pembelian pada produk CV. Bintang Snack Bandung.

Sedangkan besarnya pengaruh antara kebijakan harga terhadap proses keputusan pembelian konsumen di Bandung, dapat dilihat dari nilai koefisien determinasi (KD) sebesar 63,01%. Hal ini berarti 63,01% perubahan-perubahan proses keputusan pembelian produk CV. Bintang Snack dipengaruhi oleh kebijakan harga produk. Sedangkan sebesar 36,99% proses keputusan pembelian konsumen dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

Dari hasil penelitian yang telah dianalisis maka dapat disarankan sebagai berikut: (1) Peningkatan promosi yang lebih intensif; (2) Perusahaan perlu melakukan inovasi-inovasi terbaru yang dapat menarik minat pembeli khususnya dalam hal kualitas, warna, rasa/bau dan pengembangan produk (3) CV. Bintang Snack perlu melakukan evaluasi tahunan, terutama mengenai *customer satisfaction* (kepuasan pelanggan) dalam menggunakan produknya yang dijadikan dasar untuk melakukan perubahan kebijakan lebih lanjut.

DAFTAR ISI

	Hal.
LEMBAR PENGESAHAN	
SURAT PERNYATAAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Kegunaan Penelitian	5
1.5. Kerangka Pemikiran Dan Hipotesis.....	6
1.5.1. Kerangka Pemikiran.....	6
1.5.2. Hipotesis.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1. Pemasaran	12
2.1.1. Pengertian Pemasaran	13
2.1.2. Pengertian Manajemen Pemasaran	13
2.2. Bauran Pemasaran.....	14
2.3. Pengertian Harga.....	15
2.3.1. Penetapan Harga.....	17
2.3.2. Pengertian Kebijakan Harga	17
2.3.3. Komponen Penetapan Harga.....	19

2.3.4. Memilih Metode Penetapan Harga.....	24
2.3.5. Memilih Harga Akhir.....	31
2.3.6. Modifikasi Harga	32
2.3.7. Memulai dan menanggapi Perubahan Harga	36
2.4. Perilaku Konsumen	38
2.4.1. Pengertian perilaku konsumen	38
2.4.2. Sikap dan Model-Model Sikap Konsumen	39
2.4.3. Perilaku Pembelian Konsumen	40
2.4.4. Karakteristik Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	41
2.4.5. Proses Keputusan Pembelian	44
2.5. Hubungan Kebijakan Harga dengan Proses Keputusan Pembelian Konsumen	48
BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN.....	49
3.1. Sejarah Singkat CV. Bintang Snack	49
3.2. Metode Penelitian	50
3.3. Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	51
3.4. Populasi dan Sampel Penelitian	52
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.6. Sumber Data.....	54
3.7. Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner.....	55
3.7.1. Uji Validitas	56
3.7.2. Uji Reliabilitas	56
3.8. Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data.....	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	62

4.1. Tanggapan Responden Mengenai Kebijakan Penetapan Harga dan Proses Keputusan Pembelian Konsumen CV.Bintang <i>Snack</i> di Bandung	62
4.1.1. Karakteristik Responden	62
4.1.2. Tanggapan Responden Mengenai Kebijakan Penetapan Harga CV. Bintang Snack Di Bandung.....	66
4.1.3. Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian Konsumen CV.Bintang Snack	80
4.1.4. Visi Misi Dinas Perumahan	66
4.2. Validitas dan Reliabilitas Kebijakan Harga dan Keputusan Pembelian.....	84
4.2.1. Hasil Pengujian Validitas	86
4.2.2. Hasil Pengujian Reliabilitas	87
4.3. Pengaruh Kebijakan Penetapan Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen CV. Bintang Snack Di Bandung	88
4.3.1. Menghitung Nilai Koefisien Regresi	89
4.3.2. Pengujian Koefisien Regresi (b)	91
4.3.3. Koefisien Determinasi.....	92
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	93
5.1. Kesimpulan	93
5.2. Saran	95

Daftar Pustaka

Lampiran

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul Tabel	Hlm.
1.1.	Daftar Produk CV. Bintang Snack Yang di Jual Ke Pasaran.....	3
3.1.	Harga Produk CV. Bintang Snack	50
3.2.	Operasional Variabel.....	51
3.3.	Pembobotan Pada Skala Likert	57
4.1.	Data umum responden menurut jenis kelamin.....	62
4.2.	Data Umum Responden Menurut Usia	63
4.3.	Data Umum Responden Menurut Pekerjaan.....	64
4.4.	Data Umum Responden Menurut Pendapatannya per Bulan.....	65
4.5.	Skor Jawaban Responden Harga Produk yang ditawarkan Sesuai dengan Banyaknya Jenis Produk dalam Kemasan	66
4.6.	Skor Jawaban Responden Mengenai Harga Produk yang ditawarkan Sesuai dengan kualitas bahan baku produknya.....	67
4.7.	Skor Jawaban Responden Mengenai Harga Produk yang ditawarkan Sesuai dengan ukuran satuan produknya	68
4.8.	Skor Jawaban Responden Mengenai Harga Produk yang ditawarkan Sesuai dengan kenakeragaman aroma dan rasa produknya	69
4.9.	Skor Jawaban Responden Mengenai Harga Produk yang ditawarkan Sesuai dengan biaya kualitas kemasan produknya.....	70
4.10.	Skor Jawaban Responden Mengenai Harga produk CV. Bintang Snack dapat dijangkau oleh konsumen	71
4.11.	Skor Jawaban Responden Mengenai Harga produk CV. Bintang Snack sesuai dengan manfaat produknya.....	72
4.12.	Skor Jawaban Responden Mengenai Harga produk CV. Bintang Snack sesuai dengan gaya hidup konsumen dalam mengkonsumsi produk	73
4.13.	Skor Jawaban Responden Mengenai Harga produk CV. Bintang Snack sesuai dengan segmentasi pasarnya.....	74

4.14.	Skor Jawaban Responden Mengenai Harga produk CV. Bintang Snack relatif lebih murah dibandingkan pesaing	75
4.15.	Skor Jawaban Responden Mengenai Perubahan harga produk CV. Bintang Snack relatif lebih konstan dibanding pesaing	76
4.16.	Skor Jawaban Responden Mengenai Pemberian <i>discount</i> harga produk yang lebih menarik dibanding pesaing	77
4.17.	Skor Jawaban Responden Mengenai Perbandingan Keragaman Harga Paket Produk yang diberikan CV. Bintang Snack dengan Pesaingnya	78
4.18.	Skor Jawaban Responden Mengenai Pemberian potongan harga musiman yang lebih murah kepada konsumen dibanding pesaing ...	79
4.19.	Skor Jawaban Responden Mengenai Pengetahuan tentang produk yang ditawarkan CV. Bintang Snack	80
4.20.	Skor Jawaban Responden Mengenai Mengenai Minat mengetahui lebih dalam produk CV. Bintang Snack.....	81
4.21.	Skor Jawaban Responden Mengenai Ketertarikan mencoba membeli produk CV. Bintang Snack	82
4.22.	Skor Jawaban Responden Mengenai Keputusan untuk membeli produk yang ditawarkan CV. Bintang Snack.....	83
4.23.	KMO and Bartlett's Test	84
4.24.	Anti Image Correlation	85
4.25.	Rotated Component Matrix(a)	86
4.26.	Reliability Statistics	88
4.27.	Persamaan Regresi (<i>Output SPSS</i>).....	90
4.28.	Persamaan Regresi (<i>Output SPSS</i>).....	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul Gambar	Hlm.
2.1.	Marginal Cost.....	22
2.2.	Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	44