

ABSTRAK

Fanny Irene, 2007 Pengaruh Pelaksanaan Program Penetapan Harga Terhadap Minat Beli Pada CV. Sentra Mulia Tekstil, Bandung.

Peningkatan kemakmuran ekonomi menghadirkan semakin banyaknya permintaan dan kebutuhan konsumen yang harus dipuaskan, oleh karena itu dewasa ini banyak perusahaan yang bersaing untuk menarik minat beli konsumen. Harga merupakan salah satu alasan yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli. Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui sejauhmana pelaksanaan program penetapan harga berpengaruh terhadap minat beli pada CV.Sentra Mulia Tekstil.

Pelaksanaan program penetapan harga merupakan elemen penting, sebagai salah satu bauran pemasaran yang dapat mempengaruhi minat beli. Dimana mencakup empat metode penetapan harga, yaitu: metode penetapan harga berbasis permintaan, berbasis biaya, berbasis laba dan berbasis persaingan. Oleh karena itu penting bagi suatu perusahaan menetapkan harga yang tepat sehingga dapat meningkatkan minat beli, karena menurut Kotler (2002: 519), faktor harga merupakan satu-satunya elemen yang menghasilkan pendapatan.

CV. Sentra Mulia Tekstil merupakan salah satu distributor penjualan kain yang terletak di jalan Tamim no. 41, Bandung, yang berdiri tahun 2004, terutama dalam penjualan kain untuk bahan seragam. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif yaitu metode yang digunakan untuk mencari hubungan antara variable bebas (penetapan harga) dan variable terikat (minat beli). Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data ini dengan observasi, wawancara, dan kuesioner.

Hasil penelitian antara Penetapan Harga (X) terhadap Minat beli konsumen (Y) dengan menggunakan koefisien determinasi menunjukkan bahwa pengaruh Penetapan Harga terhadap Minat beli konsumen sebesar 0,384 (38,4%) dan sisanya sebesar 61,6% diperkirakan minat beli dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Pelaksanaan program penetapan harga oleh CV. Sentra Mulia Tekstil pada dasarnya sudah sesuai dengan landasan teoritis dan telah diterapkan dengan baik, akan tetapi perusahaan perlu meneliti faktor-faktor lain yang mungkin dapat mempengaruhi minat beli.

Kata Kunci: Penetapan Harga, Minat Beli.

DAFTAR ISI

	Hal.
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 LatarBelakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	9
1.5 Kerangka Pemikiran.....	9
1.6 Hipotesis.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Pemasaran.....	11
2.2 Pengertian Bauran Pemasaran.....	12
2.2.1 Harga.....	13
2.2.1.1 Pengertian Harga.....	13
2.2.1.2 Tujuan Pelaksanaan Program Penetapan Harga.....	14
2.2.1.3 Faktor-faktor Yang Harus Diperhatikan Dalam Menetapkan Harga.....	17
2.2.1.4 Metode Penetapan Harga.....	19
2.2.1.4.1 Metode Penetapan Harga Berbasis Permintaan.....	19
2.2.1.4.2 Metode Penetapan Harga Berbasis Biaya.....	21
2.2.1.4.3 Metode Penetapan Harga Berbasis Laba.....	22
2.2.1.4.4 Metode Penetapan Harga Berbasis Persaingan.....	22
2.2.1.5 Strategi Penetapan Harga Produk Baru.....	26
2.2.1.6 Strategi Dalam Memantapkan Harga Dasar.....	29
2.2.1.7 Mengadaptasi Harga.....	30
2.3 Minat Beli.....	35
2.3.1 Unsur-unsur Minat Beli.....	35
2.3.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pembelian.....	36
2.4 Pengaruh Pelaksanaan Program Penetapan Harga Terhadap Minat Beli.....	39
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian.....	40
3.1.1 Sejarah Perusahaan.....	40
3.1.2 Struktur Organisasi dan Uraian Jabatan.....	41
3.2 Metode Penelitian Yang Digunakan.....	43
3.2.1 Definisi Operasional Variabel.....	43
3.2.2 Metode Penarikan Sampel.....	45
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	45
3.4 Analisis Data.....	46

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Profil Responden.....	49
4.2 Tanggapan Responden Terhadap Pengaruh Pelaksanaan Program Penetapan Harga Untuk Menumbuhkan Minat Beli Konsumen.....	53
4.2.1 Penetapan Harga.....	53
4.2.2 Minat Beli.....	62
4.2.3 Pengaruh Pelaksanaan Program Penetapan Harga Terhadap Minat Beli.....	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	66
5.2 Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA.....	viii
LAMPIRAN.....	ix
Lampiran 1 Daftar Pertanyaan Kuisisioner	
Lampiran 2 Daftar Tabel SPSS	
Lampiran 3 Hasil Perhitungan SPSS	

DAFTAR TABEL

	Hal.
Tabel 1.1 Kelompok Sektor.....	1
Tabel 1.2 Tabel Distributor PT. Firman Jaya.....	4
Tabel 1.3 Data Penjualan Kain CV. Sentra Mulia Tekstil Bandung.....	5
Tabel 1.4 Daftar Harga Kain.....	7
Tabel 1.5 Kerangka Pemikiran.....	10
Tabel 2.1 Sembilan Strategi Harga Mutu.....	28
Tabel 3.1 Tabel Operasional Variabel Pengaruh Pelaksanaan Program Penetapan Harga Terhadap Minat Beli.....	44
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	49
Tabel 4.2 Usia Responden.....	50
Tabel 4.3 Frekuensi Kedatangan Responden.....	51
Tabel 4.4 Cara Responden Mengetahui Keberadaan CV. Sentra Mulia Tekstil.....	52
Tabel 4.5 Tanggapan responden mengenai harga produk CV. Sentra Mulia Tekstil lebih murah dibandingkan harga produk pesaing dengan kualitas yang relatifsama.....	53
Tabel 4.6 Tanggapan responden mengenai produk sejenis CV. Sentra Mulia dapat ditemukan di tempat lain dengan harga yang relatif sama.....	54
Tabel 4.7 Tanggapan responden mengenai frekuensi membeli di CV. Sentra Mulia Tekstil.....	55
Tabel 4.8 Tanggapan responden mengenai CV. Sentra Mulia Tekstil dapat melayani jumlah yang diminta konsumen.....	56
Tabel 4.9 Tanggapan responden mengenai harga produk yang ditawarkan CV. Sentra Mulia Tekstil lebih murah dibandingkan harga produk pesaing.....	57
Tabel 4.10 Tanggapan responden mengenai harga yang ditawarkan CV. Sentra Mulia Tekstil sesuai dengan daya beli pelanggan.....	58
Tabel 4.11 Tanggapan responden mengenai CV. Sentra Mulia Tekstil memperoleh keuntungan yang wajar.....	59
Tabel 4.12 Tanggapan responden mengenai potongan harga yang diberikan CV. Sentra Mulia Tekstil lebih besar dibanding pesaing.....	60
Tabel 4.13 Tanggapan responden mengenai kepuasan pelanggan dengan pelayanan yang diberikan CV. Sentra Mulia Tekstil.....	61
Tabel 4.14 Tanggapan responden mengenai harga produk CV. Sentra Mulia Tekstil . Terjangkau.....	62
Tabel 4.15 Tanggapan responden mengenai keanekaragaman jenis produk dan harga yang ditawarkan CV. Sentra Mulia Tekstil.....	62
Tabel 4.16 Tanggapan responden mengenai potongan harga yang diberikan CV. Sentra Mulia Tekstil lebih besar dibanding pesaing.....	63
Tabel 4.17 Tanggapan responden mengenai CV. Sentra Mulia Tekstil sering memberikan potongan harga.....	64
Tabel 4.18 Tanggapan responden mengenai keinginan melakukan pembelian ulang di CV. Sentra Mulia Tekstil.....	64