

## ABSTRAK

Saat ini peran *kebijakan harga* sebagai salah satu faktor penentu keberhasilan persaingan mendapat tumpuan perhatian dalam perusahaan hal ini ditandai dengan banyaknya literatur pemasaran dan pernyataan misi organisasi yang mencantumkannya sebagai salah satu sasaran strategis organisasi.

XL merupakan salah satu *provider* yang peneliti coba teliti mengenai kebijakan harganya. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian kebijakan harga produk XL agar dapat menemukan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha.

Dalam penelitian ini metode yang digunakan penulis adalah metode survei. Data yang ada dianalisis secara kuantitatif dengan menggunakan aplikasi *software* SPSS 17. pengumpulan data dilakukan melalui pembagian kuesioner kepada mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha.

Hasil penelitian mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh antara masing-masing dimensi kebijakan harga produk XL terhadap keputusan pembelian konsumen. Dimensi kebijakan harga (berdasarkan biaya produksi, berdasarkan biaya permintaan, berdasarkan biaya pesaing) ternyata memiliki pengaruh yang cukup signifikan.

Setelah melakukan penelitian penulis menemukan : (1). Kebijakan harga produk XL berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. (2). Respon/tanggapan konsumen terhadap keputusan pembelian produk Giordano baik. (3). Pengaruh rancangan *perceived value* terhadap niat beli mahasiswa/i Universitas Kristen Maranatha adalah sebesar 13,8% sedangkan sisanya 86,2% dipengaruhi oleh faktor – faktor lain diluar kebijakan harga.

Kata Kunci: Kebijakan harga, keputusan pembelian.

## Daftar Isi

|                                                             |      |
|-------------------------------------------------------------|------|
| Abstrak.....                                                | i    |
| Kata Pengantar.....                                         | ii   |
| Daftar isi.....                                             | iv   |
| Daftar Gambar.....                                          | vii  |
| Daftar Tabel.....                                           | viii |
| Lampiran .....                                              | x    |
| <br><b>Bab I Pendahuluan</b>                                |      |
| 1.1 Latar Belakang Masalah.....                             | 1    |
| 1.2 Identifikasi Masalah.....                               | 4    |
| 1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....                       | 5    |
| 1.4 Kontribusi Penelitian.....                              | 5    |
| 1.5 Rerangka Pemikiran.....                                 | 7    |
| 1.6 Sistematika Penulisan.....                              | 12   |
| <br><b>Bab II Landasan Teori dan Pengembangan Hipotesis</b> |      |
| 2.1 Harga.....                                              | 15   |
| 2.1.1 Definisi Harga.....                                   | 15   |
| 2.1.2 Penetapan Harga.....                                  | 15   |
| 2.1.3 Pengertian Kebijakan Harga.....                       | 16   |
| 2.1.4 Komponen Penetapan Harga.....                         | 18   |
| 2.1.5 Memilih Metode Penetapan Harga.....                   | 22   |

|                                                                        |    |
|------------------------------------------------------------------------|----|
| 2.1.6 Strategi Penyesuaian Harga.....                                  | 27 |
| 2.1.7 Memulai Dan Menanggapi Perubahan Harga.....                      | 32 |
| 2.1.8 Reaksi Terhadap Perubahan Harga.....                             | 33 |
| 2.1.9 Menanggapi Perubahan Harga Pesaing.....                          | 34 |
| 2.2 Perilaku Konsumen.....                                             | 36 |
| 2.2.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....                                | 37 |
| 2.2.2 Sikap Dan Model – Model Sikap Kosumen.....                       | 38 |
| 2.2.3 Perilaku Pembelian Konsumen.....                                 | 39 |
| 2.2.4 Karakteristik Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....           | 39 |
| 2.2.5 Proses Keputusan Pembelian.....                                  | 42 |
| 2.3 Pengaruh Kebijakan Harga Terhadap Keputusan Pemebelian Konsumen... | 47 |
| 2.4 Pengembangan Hipotesis.....                                        | 47 |

### **Bab III Metode Penelitian**

|                                                     |    |
|-----------------------------------------------------|----|
| 3.1 Metode Penelitian.....                          | 49 |
| 3.1.1 Desain Penelitian.....                        | 50 |
| 3.1.2 Pengukuran dan Operasionalisasi Variabel..... | 50 |
| 3.1.2.1 Skala Pengukuran.....                       | 53 |
| 3.1.3 Populasi dan Sampel.....                      | 54 |
| 3.1.3.1 Kriteria Pemilihan Sampel.....              | 54 |

|                                            |    |
|--------------------------------------------|----|
| 3.1.3.2 Metode Pengambilan Sampel.....     | 54 |
| 3.1.3.3 Jumlah Sampel.....                 | 55 |
| 3.1.4 Teknik Pengumpulan Data.....         | 55 |
| 3.1.5 Validitas dan Reliabilitas.....      | 57 |
| 3.1.5.1 Uji Validitas.....                 | 57 |
| 3.1.5.2 Uji Reliabilitas.....              | 59 |
| 3.1.6 Metode Analisa Data.....             | 60 |
| 3.1.6.1 Regresi Sederhana.....             | 60 |
| 3.1.6.2 Uji F.....                         | 61 |
| 3.1.6.3 Uji t.....                         | 61 |
| 3.1.6.4 Kriteria Pengujian Hipotesis.....  | 62 |
| 3.1.6.5 Koefisien Determinasi.....         | 62 |
| <b>Bab IV Hasil Dan Pembahasan</b>         |    |
| 4.1 Objek Penelitian.....                  | 63 |
| 4.1.1 Visi.....                            | 64 |
| 4.1.2 Filosofi Perusahaan.....             | 64 |
| 4.1.3 XL Corporate Values.....             | 65 |
| 4.2 Gambaran Umum Identitas Responden..... | 66 |
| 4.2.1 Jenis Kelamin.....                   | 67 |
| 4.2.2 Usia.....                            | 68 |
| 4.2.3 Jurusan.....                         | 69 |

|                                                             |    |
|-------------------------------------------------------------|----|
| 4.2.4 Pengeluaran.....                                      | 69 |
| 4.2.5 Lama menggunakan XL.....                              | 70 |
| 4.2.6 Sumber Informasi Tentang XL.....                      | 71 |
| 4.3 Tanggapan Responden Atas Kebijakan Harga.....           | 72 |
| 4.3.1 Penetapan harga berdasarkan biaya produksi.....       | 72 |
| 4.3.1.1 Tanggapan Responden Atas Kebijakan Harga (X1).....  | 72 |
| 4.3.1.2 Tanggapan Responden Atas Kebijakan Harga (X2).....  | 73 |
| 4.3.1.3 Tanggapan Responden Atas Kebijakan Harga (X3).....  | 74 |
| 4.3.2 Penetapan harga berdasarkan biaya Permintaan.....     | 76 |
| 4.3.2.1 Tanggapan Responden Atas Kebijakan Harga (X4).....  | 76 |
| 4.3.2.2 Tanggapan Responden Atas Kebijakan Harga (X5).....  | 77 |
| 4.3.2.3 Tanggapan Responden Atas Kebijakan Harga (X6).....  | 78 |
| 4.3.2.4 Tanggapan Responden Atas Kebijakan Harga (X7).....  | 79 |
| 4.3.3 Penetapan harga berdasarkan Persaingan.....           | 80 |
| 4.3.3.1 Tanggapan Responden Atas Kebijakan Harga (X8).....  | 80 |
| 4.3.3.2 Tanggapan Responden Atas Kebijakan Harga (X9).....  | 81 |
| 4.3.3.3Tanggapan Responden Atas Kebijakan Harga (X10).....  | 82 |
| 4.3.3.4 Tanggapan Responden Atas Kebijakan Harga X11).....  | 83 |
| 4.3.3.5 Tanggapan Responden Atas Kebijakan Harga (X12)..... | 84 |

|                                                                  |     |
|------------------------------------------------------------------|-----|
| 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian.....        | 85  |
| 4.4.1 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian (Y1)..... | 85  |
| 4.4.2 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian (Y2)..... | 86  |
| 4.4.3 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian (Y3)..... | 87  |
| 4.4.4 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian (Y4)..... | 88  |
| 4.4.5 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian (Y5)..... | 89  |
| 4.4.6 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian (Y6)..... | 90  |
| 4.4.7 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian (Y7)..... | 91  |
| 4.5 Uji Validitas dan Reliabilitas.....                          | 92  |
| 4.5.1 Uji Validitas.....                                         | 92  |
| 4.5.2 Uji Reliabilitas.....                                      | 96  |
| 4.6 Uji Regresi.....                                             | 97  |
| 4.7 Pengujian Hipotesis dan Pembahasan.....                      | 101 |
| <b>Bab V Kesimpulan dan Saran</b>                                |     |
| 5.1 Kesimpulan.....                                              | 103 |
| 5.2 Saran.....                                                   | 106 |
| 5.3 Keterbatasan Penelitian.....                                 | 107 |
| Daftar Pustaka.....                                              |     |
| Lampiran                                                         |     |

## Daftar Gambar

|                                                                          |    |
|--------------------------------------------------------------------------|----|
| 1.1 Proses Keputusan Pembelian.....                                      | 10 |
| 1.2 Tahap – Tahap Antara evaluasi, Alternatif dan Keputusan Pembelian... | 11 |
| 1.3 Rerangka Pemikiran.....                                              | 11 |
| 2.1 Program Reaksi Pasar Untuk Menanggapi Penurunan Harga Pesaing....    | 34 |
| 2.2 Proses Keputusan Pembelian.....                                      | 41 |
| 2.3 Tahap-tahap antara Evaluasi, Alternatif, dan Keputusan Membeli.....  | 43 |

## Daftar Tabel

|                                                                             |    |
|-----------------------------------------------------------------------------|----|
| 1.1 Tabel Perbandingan Tarif Promo selluler (voice) ke sesama operator..... | 4  |
| 3.1 Tabel Operasional Variabel.....                                         | 49 |
| 4.1 Tabel Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....                     | 66 |
| 4.2 Tabel Data Responden Berdasarkan Usia.....                              | 67 |
| 4.3 Tabel Data Responden Berdasarkan Jurusan.....                           | 67 |
| 4.4 Tabel Data Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan.....             | 68 |
| 4.5 Tabel Data Responden Berdasarkan Lama Pemakaian Produk XL.....          | 69 |
| 4.6 Tabel Data Responden Berdasarkan Sumber Informasi Tentang XL.....       | 70 |
| 4.7 Tabel Pernyataan Responden Kebijakan Harga (X1).....                    | 71 |
| 4.8 Tabel Pernyataan Responden Kebijakan Harga (X2).....                    | 72 |
| 4.9 Tabel Pernyataan Responden Kebijakan Harga (X3).....                    | 73 |
| 4.10 Tabel Pernyataan Responden Kebijakan Harga (X4).....                   | 74 |
| 4.11 Tabel Pernyataan Responden Kebijakan Harga (X5).....                   | 75 |
| 4.12 Tabel Pernyataan Responden Kebijakan Harga (X6).....                   | 76 |
| 4.13 Tabel Pernyataan Responden Kebijakan Harga (X7).....                   | 77 |
| 4.14 Tabel Pernyataan Responden Kebijakan Harga (X8).....                   | 78 |
| 4.15 Tabel Pernyataan Responden Kebijakan Harga (X9).....                   | 79 |
| 4.16 Tabel Pernyataan Responden Kebijakan Harga (X10).....                  | 80 |

|                                                                                                                                                                               |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 4.17 Tabel Pernyataan Responden Kebijakan Harga (X11).....                                                                                                                    | 81 |
| 4.18 Tabel Pernyataan Responden Kebijakan Harga (X12).....                                                                                                                    | 82 |
| 4.19 Tabel Pernyataan Responden terhadap Keputusan Pembelian (Y1).....                                                                                                        | 83 |
| 4.20 Tabel Pernyataan Responden terhadap Keputusan Pembelian (Y2).....                                                                                                        | 84 |
| 4.21 Tabel Pernyataan Responden terhadap Keputusan Pembelian (Y3).....                                                                                                        | 85 |
| 4.22 Tabel Pernyataan Responden terhadap Keputusan Pembelian (Y4).....                                                                                                        | 86 |
| 4.23 Tabel Pernyataan Responden terhadap Keputusan Pembelian (Y5).....                                                                                                        | 87 |
| 4.24 Tabel Pernyataan Responden terhadap Keputusan Pembelian (Y6).....                                                                                                        | 88 |
| 4.25 Tabel Pernyataan Responden terhadap Keputusan Pembelian (Y7).....                                                                                                        | 99 |
| 4.26 Tabel Analisa Validitas Akhir KMO dan Bartlet Test.....                                                                                                                  | 90 |
| 4.27 Tabel Hasil Uji Validitas Awal Rotated Component Matrix (a).....                                                                                                         | 92 |
| 4.28 Tabel Hasil Uji Validitas Akhir Rotated Component Matrix (a).....                                                                                                        | 93 |
| 4.29 Tabel Pengujian Reliabilitas.....                                                                                                                                        | 94 |
| 4.30 Tabel Analisis Regresi Pengaruh Kebijakan harga<br>Produk XL Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi<br>Di Universitas Kristen Maranatha, Bandung..... | 95 |
| 4.31 Tabel Anova.....                                                                                                                                                         | 98 |
| 4.32 Tabel Model Summary.....                                                                                                                                                 | 99 |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Input Data

Lampiran 3 Validitas

Lampiran 4 Reliabilitas

Lampiran 5 Regresi

Lampiran 6 Jurnal