

ABSTRAK

Penetapan tarif dalam bidang usaha jasa angkutan di darat merupakan salah satu faktor penting dalam mencapai sasaran perusahaan. Banyak perusahaan yang mementingkan faktor harga untuk meningkatkan jumlah pelanggannya. Dapat disimpulkan bahwa harga memegang peranan yang penting. Bagi perusahaan, harga sangat mempengaruhi besarnya volume penjualan dan target laba yang ingin dicapai. Sedangkan bagi konsumen harga adalah pertimbangan untuk membeli atau tidak suatu produk. Penetapan harga adalah suatu usaha yang dilakukan oleh seorang pengusaha atau pemasar untuk menetapkan harga-harga suatu produk atau jasa yang akan dijualnya (dalam batas kekuasaannya) sesuai dengan keadaan nyata. Namun harga bukanlah faktor satu-satunya dalam menentukan penjualan. Memberikan berbagai pelayanan kepada pelanggan, seperti perhatian pribadi, pengiriman gratis, dan kredit dan mempunyai barang beraneka ragam, dapat memberikan kelebihan atas pesaing.

Untuk mengetahui pengaruh penetapan harga dalam keputusan pembelian konsumen maka penulis menggunakan kuisioner sebagai alat untuk mengumpulkan data yang diedarkan kepada konsumen. Perlu dijelaskan bahwa harga terbentuk dari biaya, besarnya permintaan dan persaingan pasar. Untuk mengetahui pengaruh biaya, permintaan, dan persaingan terhadap keputusan pembelian maka digunakan metode *stepwise*. Metode *stepwise* hanya akan menampilkan variabel independen yang secara signifikan berpengaruh terhadap variabel dependen.

Dari pengumpulan data diperoleh hasil bahwa hanya variabel Persaingan yang secara signifikan berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian dengan Korelasi/hubungan sebesar 15.2% dan model regresi $Y = 2.658 + 0.171 X$. Secara statistik terlihat bahwa variabel Persaingan memiliki tingkat signifikansi sebesar 0.031, terlihat kurang dari tingkat signifikansi kritis sebesar 0.05. Sehingga hal ini menunjukkan bahwa variabel Persaingan dinyatakan valid mempengaruhi Keputusan Pembelian.

Kata-kata Kunci : Penetapan Harga, Keputusan Beli.

DAFTAR ISI

	Halaman
Abstrak	i
Kata Pengantar	ii
Datar Isi	iv
Daftar Tabel	vii
Daftar Gambar	ix
Daftar Lampiran	x
Bab 1 Pendahuluan	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	2
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Kegunaan Penelitian	3
1.5 Kerangka Pemikiran	3
1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian	10
1.7 Sistematik Pembahasan	11
Bab 2 Tinjauan Pustaka	
2.1 Pengertian Harga	13
2.2 Penetapan Harga	14
2.3 Tujuan Penetapan Harga	16

2.4	Metode Penetapan Harga	19
2.4.1	Cost Oriented Pricing	19
2.4.2	Demand Oriented Pricing	21
2.4.3	Competition Oriented Pricing	22
2.5	Mengadaptasi Harga	23
2.6	Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian	28
Bab 3 Metode Penelitian		
3.1	Objek Penelitian	31
3.2	Variabel Operasional	31
3.3	Sumber Data	34
3.4	Teknik Pengumpulan Data	34
3.5	Metode Analisis	
Bab 4 Hasil Penelitian dan Pembahasan		
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	41
4.2	Struktur Organisasi	41
4.3	Karakteristik Responden	43
4.3.1	Identitas Responden	44
4.4	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	46
4.4.1	Uji Validitas	46
4.4.2	Uji Realibilitas	47
4.5	Tanggapan Responden Terhadap Penetapan Harga	47
4.5.1	Biaya	48

4.5.2	Permintaan	49
4.5.3	Pesaing	50
4.6	Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian	52
4.7	Pengaruh Biaya, Permintaan, dan Persaingan Terhadap Keputusan Pembelian	53
Bab 5 Kesimpulan dan Saran		
5.1	Kesimpulan	56
5.2	Saran	58
Daftar Pustaka		
Lampiran		

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1	Variabel Operasional 32
Tabel 3.2	Jumlah Responden 38
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 44
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan 44
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 45
Tabel 4.4	Uji Validitas 46
Tabel 4.5	Nilai Alpa Cronbach 47
Tabel 4.6	Kesesuaian Tarif PO. Golden Toraja Dengan Kualitas Angkutan 48
Tabel 4.7	Kesesuaian Tarif PO. Golden Toraja Dengan Pelayanan Angkutan 49
Tabel 4.8	Kesesuaian Tarif PO. Golden Toraja Dengan Daya Beli Konsumen 49
Tabel 4.9	Tingkat Perubahan (kenaikan/penurunan) Tarif PO. Golden Toraja 50
Tabel 4.10	Kesesuaian Tarif PO. Golden Toraja Dibanding Dengan Pesaing 50
Tabel 4.11	Kualitas PO. Golden Toraja Dibandingkan Dengan Pesaing 51
Tabel 4.12	Tingkat Perubahan Harga PO Golden Toraja Dibanding Pesaing 51
Tabel 4.13	Pengaruh tarif PO. Golden Toraja terhadap Keputusan Pembelian 52
Tabel 4.14	Tingkat Penggunaan Jasa PO. Golden Toraja 52
Tabel 4.15	Nilai Korelasi antara Persaingan dengan Keputusan Pembelian 53
Tabel 4.16	Uji Anova 54
Tabel 4.17	Coefficients 54

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Model Kerangka Pemikiran	10
Gambar 2.1 Kurva Pengalaman	24
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PO. Golden Toraja	42

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran 1 Kuisisioner
2. Lampiran 2 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas
Dengan Menggunakan Program SPSS
3. Lampiran 3 Uji Regresi