

## ABSTRAK

Sekarang ini perusahaan dihadapkan pada dua kenyataan yang sangat berbeda dan riskan bagi kelangsungan hidup perusahaan. Di satu pihak perusahaan mengalami penurunan permintaan dari konsumen di pihak lain terdapat peningkatan dari harga pokok produk dan hal ini menyebabkan harga menjadi tidak stabil. Strategi pemasaran merupakan salah satu faktor yang memegang peranan penting bagi kelangsungan hidup perusahaan.

Harga merupakan salah satu elemen penting dari strategi pemasaran dan elemen harga ini bersifat memasukkan pendapatan bagi perusahaan dan harga merupakan salah satu faktor yang membuat konsumen puas. Dengan menetapkan harga yang sesuai dengan kualitas produk, dan nilai produk yang diberikan kepada konsumen diharapkan dapat memuaskan konsumen dan diharapkan konsumen menjadi setia terhadap produk yang dijual di perusahaan.

Tujuan dari penelitian ini dan penyusunan skripsi ini adalah antara lain untuk memberikan informasi bagaimana caranya menetapkan harga yang sesuai terhadap produk dan memberikan kepuasan bagi konsumen.

Penulis melakukan penelitian untuk penyusunan skripsi ini pada PD.SCORPIO, Pamanukan, untuk mengetahui berapa besar pengaruh penetapan harga yang ditetapkan oleh perusahaan terhadap kepuasan konsumen pada penjualan alat-alat elektronik di PD.SCORPIO. Hasil yang diperoleh dari analisis perhitungan statistik uji T adalah sebagai berikut :  $t_{hitung}$  (9.13) lebih besar dibandingkan dengan  $t_{tabel}$  (1.68). Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat antara pengaruh penetapan harga yang ditetapkan kepada konsumen terhadap kepuasan konsumen di PD.SCORPIO yang dibuktikan dengan hasil perhitungan koefisien korelasi dengan metode Pearson, di mana tingkat  $\alpha = 0.05$  dan jumlah sampel sebanyak  $n = 50$ , maka diperoleh  $r_s$  sebesar 0.71. Sedangkan hasil perhitungan dari koefisien determinasi juga menunjukkan adanya pengaruh yang kuat antara pengaruh penetapan harga yang ditetapkan perusahaan terhadap kepuasan konsumen di PD.SCORPIO sebesar 50,41 %.

## KATA PENGANTAR

Dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Pengasih Dan Penyayang Atas Rahmat dan Bimbingan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul : **“PENGARUH PENETAPAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PENJUALAN ALAT-ALAT ELEKTRONIK DI PD.SCORPIO.”**

Penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh ujian akhir program strata-1 (S-1) di Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Kristen Maranatha.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan bantuan-bantuan yang begitu berarti, baik moril maupun materil dari berbagai pihak. Untuk itu melalui kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ungkapan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Drs. Dharsono Yusli, M.S., Ak, selaku dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu dan memberikan pengarahan-pengarahan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Dra. Tatik Budiningsih, M.S, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha.
3. Bapak Tedy Wahyusaputra, SE., M.M, selaku pembantu Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha.

4. Ibu Dr. Marcellia Susan, SE., M.T, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha.
5. Ibu A. Rinni Maharsi, SE., M.M, selaku Sekertaris Jurusan Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha.
6. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha, yang telah memberikan bekal ilmu yang sangat bermanfaat bagi penulis.
7. Segenap Staf Tata Usaha dan Staf Perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha, yang telah membantu kelangsungan studi penulis, baik selama kuliah maupun saat penulisan skripsi ini.
8. Bapak Kan Giok Lin, selaku Pemilik PD.SCORPIO yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian dan memberikan informasi yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini, serta memberikan masukan-masukan yang berarti kepada penulis.
9. Yang terkasih Papa dan Mama, yang telah mencurahkan kasih sayangnya yang begitu besar dan yang selalu tekun dalam doa demi keberhasilan penulis.
10. Spesial untuk “Yenny” atas segala bantuan, dorongan, dan doa yang diberikan kepada penulis dari awal sampai dengan selesainya tugas akhir ini.
11. Adikku tersayang yang selalu membantu dalam mencari literatur yang dibutuhkan untuk dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
12. Henry, teman satu bimbingan yang selalu bersama-sama dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

13. Kristiawan, Ani, Yanto, Irvan, atas persahabatannya selama ini

Terima kasih atas segala bantuannya, semoga Tuhan membalas segala kebaikan yang telah diberikan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, sehingga penulis mengharapkan saran dan kritik demi perbaikan dalam langkah-langkah selanjutnya.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna bagi penulis khususnya, dan pihak lain pada umumnya.

Bandung, Januari 2006

Penulis,

( JEFFRY SANJAYA )

## DAFTAR ISI

|                      |      |
|----------------------|------|
| ABSTRAK .....        | i    |
| KATA PENGANTAR ..... | ii   |
| DAFTAR ISI .....     | v    |
| DAFTAR GAMBAR .....  | viii |
| DAFTAR TABEL .....   | ix   |

### **BAB I    PENDAHULUAN**

|                                        |    |
|----------------------------------------|----|
| 1.1 Latar Belakang Masalah .....       | 1  |
| 1.2 Identifikasi Masalah .....         | 4  |
| 1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian ..... | 4  |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....           | 5  |
| 1.5 Kerangka Pemikiran .....           | 6  |
| 1.6 Hipotesis Penelitian .....         | 11 |
| 1.7 Metode Penelitian .....            | 12 |
| 1.7.1 Teknik Pengumpulan Data .....    | 12 |
| 1.7.2 Jenis Dan Sumber Data .....      | 13 |
| 1.8 Lokasi Penelitian .....            | 14 |

### **BAB II   TINJAUAN PUSTAKA**

|                                          |    |
|------------------------------------------|----|
| 2.1 Pengertian Pemasaran .....           | 15 |
| 2.2 Bauran Pemasaran Dan Elemennya ..... | 17 |
| 2.3 Konsep Produk .....                  | 23 |
| 2.3.1 Pengertian Produk .....            | 23 |
| 2.3.2 Klasifikasi Produk .....           | 25 |
| 2.3.3 Keputusan Produk Individu .....    | 27 |

|                                                                  |    |
|------------------------------------------------------------------|----|
| 2.4 Harga .....                                                  | 30 |
| 2.4.1 Pengertian Harga .....                                     | 30 |
| 2.4.2 Kebijakan Harga .....                                      | 33 |
| 2.4.3 Tujuan Penetapan Harga .....                               | 35 |
| 2.4.4 Faktor Faktor Yang Mempengaruhi<br>Penetapan Harga .....   | 38 |
| 2.4.5 Metode Penetapan Harga .....                               | 42 |
| 2.4.6 Strategi Penetapan Harga .....                             | 45 |
| 2.4.7 Pengadaptasian Harga.....                                  | 46 |
| 2.5 Kepuasan Konsumen.....                                       | 53 |
| 2.5.1 Pengertian Kepuasan Konsumen .....                         | 53 |
| 2.5.2 Pendekatan Kepuasan Konsumen .....                         | 54 |
| 2.5.3 Konsep Kepuasan Pelanggan .....                            | 55 |
| 2.5.4 Konsumen Yang Merasa Puas .....                            | 56 |
| 2.5.5 Konsumen Yang Merasa<br>Tidak Puas .....                   | 56 |
| 2.5.5 Penetapan Harga Yang Ditetapkan<br>Oleh Perusahaan .....   | 57 |
| 2.5.6 Penetapan Harga Yang<br>Dikehendaki Oleh Konsumen .....    | 58 |
| 2.6 Pengaruh Penetapan Harga<br>Terhadap Kepuasan Konsumen ..... | 58 |

### **BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

|                                                           |    |
|-----------------------------------------------------------|----|
| 3.1 Objek Penelitian .....                                | 61 |
| 3.2 Metode Penelitian .....                               | 61 |
| 3.3 Penentuan Jumlah Sampel<br>Dan Penarikan Sampel ..... | 62 |
| 3.4 Operasionalisasi Variabel .....                       | 63 |
| 3.5 Jenis Dan Sumber Data .....                           | 66 |

|                                                                          |     |
|--------------------------------------------------------------------------|-----|
| 3.6 Teknik Pengumpulan Data .....                                        | 66  |
| 3.7 Pemilihan Tes Statistik .....                                        | 68  |
| <br><b>BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN</b>                                 |     |
| 4.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....                                     | 73  |
| 4.2 Struktur organisasi Perusahaan .....                                 | 74  |
| 4.3 Kegiatan Usaha .....                                                 | 78  |
| 4.4 Jenis-Jenis Produk Yang Dipasarkan .....                             | 78  |
| 4.5 Analisa Kuantitatif .....                                            | 81  |
| 4.5.1 Analisa Profil Responden .....                                     | 81  |
| 4.5.2 Analisa Tangapan Responden Terhadap<br>Harga Yang Ditetapkan ..... | 87  |
| 4.5.3 Analisa Tangapan Responden Terhadap<br>Kepuasan Konsumen .....     | 103 |
| 4.6 Analisa Kuantitatif .....                                            | 119 |
| <br><b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>                                    |     |
| 5.1 Kesimpulan .....                                                     | 127 |
| 5.2 Saran .....                                                          | 128 |
| <br>DAFTAR PUSTAKA                                                       |     |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS                                             |     |

## DAFTAR GAMBAR

|            |                                                                              |    |
|------------|------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 2.1 | Prosedur 6 (enam) Langkah Dalam Menetapkan<br>Harga .....<br><i>(Kotler)</i> | 34 |
| Gambar 2.2 | Langkah-Langkah Penetapan Harga .....<br><i>(Lamb, Hair, Mc Daniel)</i>      | 35 |
| Gambar 2.3 | Strategi Penetapan Harga .....                                               | 46 |
| Gambar 2.4 | Visualisasi Kepuasan Konsumen .....                                          | 55 |
| Gambar 4.1 | Struktur Organisasi PD.SCORPIO .....                                         | 75 |



## DAFTAR TABEL

|            |                                                                                     |    |
|------------|-------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 3.1  | Opearasionalisasi Variabel .....                                                    | 64 |
| Tabel 4.1  | Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia .....                                        | 82 |
| Tabel 4.2  | Klasifikasi Responden Berdasarkan<br>Jenis Kelamin .....                            | 83 |
| Tabel 4.3  | Klasifikasi Responden Berdasarkan<br>Pekerjaan .....                                | 84 |
| Tabel 4.4  | Klasifikasi Responden Berdasarkan Lamanya<br>Menjadi Konsumen PD. SCORPIO .....     | 85 |
| Tabel 4.5  | Cara Responden Mengetahui Keberadaan<br>PD. SCORPIO .....                           | 86 |
| Tabel 4.6  | Tanggapan Responden Mengenai Lokasi<br>PD. SCORPIO Berada Di Pusat Kota .....       | 88 |
| Tabel 4.7  | Tanggapan Responden Mengenai Kelengkapan<br>Peralatan Pelengkap .....               | 89 |
| Tabel 4.8  | Tanggapan Responden Mengenai Harga Jual<br>Di PD. SCORPIO .....                     | 90 |
| Tabel 4.9  | Tanggapan Responden Mengenai Prosedur<br>Pembelian Elektronik .....                 | 91 |
| Tabel 4.10 | Tanggapan Responden Mengenai Diskon Dan<br>Potongan Harga Yang Diberikan .....      | 92 |
| Tabel 4.11 | Tanggapan Responden Mengenai Kesesuaian<br>Potongan Harga Yang Ditetapkan .....     | 93 |
| Tabel 4.12 | Tanggapan Responden Mengenai Respon<br>Pegawai Dalam Menjelaskan Harga Barang ..... | 94 |
| Tabel 4.13 | Tanggapan Responden Mengenai Respon<br>Pegawai Dalam Menangani Keluhan .....        | 95 |

|            |                                                                                                        |     |
|------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabel 4.14 | Tanggapan Responden Mengenai Penjelasan<br>Pegawai Tentang Kelengkapan Produk .....                    | 96  |
| Tabel 4.15 | Tanggapan Responden Mengenai Keramahan<br>Pegawai Dalam Melayani Konsumen .....                        | 97  |
| Tabel 4.16 | Tanggapan Responden Mengenai Kesopanan<br>Pegawai Dalam Komunikasi Dengan Pelanggan .....              | 98  |
| Tabel 4.17 | Tanggapan Responden Mengenai Perhatian<br>Pegawai Dalam Memahami Kebutuhan Pelanggan .....             | 99  |
| Tabel 4.18 | Tanggapan Responden Mengenai Jaminan<br>Akan Harga Yang Ditawarkan .....                               | 100 |
| Tabel 4.19 | Tanggapan Responden Mengenai Jaminan<br>Garansi Bila Ada Produk Yang Rusak / Cacat .....               | 101 |
| Tabel 4.20 | Tanggapan Responden Mengenai Harga,<br>Potongan, Dan Diskon Yang Diberikan<br>Secara Keseluruhan ..... | 102 |
| Tabel 4.21 | Kepuasan Konsumen Dengan Kestrategisan<br>PD. SCORPIO .....                                            | 104 |
| Tabel 4.22 | Kepuasan Konsumen Terhadap Kelengkapan<br>Peralatan Pelengkap .....                                    | 105 |
| Tabel 4.23 | Kepuasan Konsumen Dengan Harga<br>Jual Alat-Alat Elektronik .....                                      | 106 |
| Tabel 4.24 | Kepuasan Konsumen Dengan Prosedur<br>Pembelian Alat-Alat Elektronik .....                              | 107 |
| Tabel 4.25 | Kepuasan Konsumen Dengan Diskon Dan<br>Potongan Harga Yang Ditetapkan .....                            | 108 |
| Tabel 4.26 | Kepuasan Konsumen Dengan Kesesuaian Potongan<br>Harga Yang Ditetapkan .....                            | 109 |
| Tabel 4.27 | Kepuasan Konsumen Dengan Respon<br>Pegawai Dalam Menjelaskan Harga Barang .....                        | 110 |

|            |                                                                                                                 |     |
|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabel 4.28 | Kepuasan Konsumen Dengan Kecepatan<br>Pegawai Dalam Menangani Keluhan .....                                     | 111 |
| Tabel 4.29 | Kepuasan Konsumen Dengan Respon<br>Pegawai Dalam Menjelaskan Kelengkapan Produk .....                           | 112 |
| Tabel 4.30 | Kepuasan Konsumen Dengan Keramahan<br>Pegawai Dalam Melayani Konsumen .....                                     | 113 |
| Tabel 4.31 | Kepuasan Konsumen Dengan Kesopanan<br>Pegawai Dalam Komunikasi Dengan Konsumen .....                            | 114 |
| Tabel 4.32 | Kepuasan Konsumen Dengan Perhatian Yang<br>Diberikan Oleh Pegawai Dalam Memahami<br>Kebutuhan Pelanggan .....   | 115 |
| Tabel 4.33 | Kepuasan Konsumen Dengan Jaminan<br>Harga Yang Ditawarkan Kepada Konsumen .....                                 | 116 |
| Tabel 4.34 | Kepuasan Konsumen Dengan Jaminan<br>Garansi Apabila Barang Ada Yang Cacat / Rusak .....                         | 117 |
| Tabel 4.35 | Kepuasan Konsumen Dengan Keseluruhan<br>Harga, Potongan, Dan Diskon Yang Ditetapkan<br>Secara Keseluruhan ..... | 118 |
| Tabel 4.36 | Perhitungan Korelasi Penetapan Harga<br>Terhadap Kepuasan Konsumen .....                                        | 121 |
| Tabel 4.37 | Perhitungan Jumlah Angka Kembar<br>Variabel X dan Variabel Y .....                                              | 123 |

