

ABSTRAK

Perekonomian dewasa ini selalu dibayangi - bayangi oleh adanya resesi dan ketidakpastian yang mana telah menyebabkan kondisi pasar terus berubah dengan perubahan yang luar biasa. Hampir di seluruh dunia terjadi perubahan fundamental bukan saja di bidang perekonomian tetapi dalam bidang politik dan bidang lainnya. Pada waktu yang sama perubahan sosial politik juga terjadi di Indonesia, dan hal ini membawa dampak bagi persaingan antar perusahaan di Indonesia. Untuk menghadapi persaingan dalam bisnis yang semakin ketat ini, perusahaan harus dapat meningkatkan pengelolaan sumber daya yang dimiliki serta dapat melihat berbagai kesempatan yang ada agar dapat mengatasi persaingan yang dihadapi. Perusahaan berusaha memberikan kepuasan yang maksimal kepada pelanggan dalam memasarkan produknya sesuai keinginan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang sebaik - baiknya kepada pelanggan di mana perusahaan akan memperoleh keuntungan melalui upaya menciptakan dan mempertahankan kepuasan pelanggan tersebut. Adapun penelitian ini dilakukan di PT NUSATEX dimana perusahaan ini merupakan perusahaan yang bergerak di bidang garmen di daerah Majalaya Rancaekek sejak tahun 2001, sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara penetapan harga dengan volume penjualan yang ditentukan oleh PT NUSATEX.

Dalam penelitian ini digunakan metode deskriptif verikatif dengan pendekatan survei ke lokasi penelitian yaitu pada PT NUSATEX Majalaya Rancaekek. Pecarian data yakni dengan menggunakan data - data dari perusahaan. Setelah mendapatkan data yang berupa angka dari perusahaan, langkah berikutnya yakni dengan membuat uji hipotesisnya. Kemudian menentukan alat ujinya yakni dengan menggunakan perhitungan statistik yang di oleh dengan program SPSS versi 12.

Hasil perhitungan statistik mengenai koefisien korelasi dengan menggunakan metode Pearson, dimana dari hasil perhitungan diperoleh nilai korelasi sebesar 0,957 dimana hubungan antara tingkat harga dan penjualan kuat dan positif. Hasil pengujian hipotesis pertama terhadap koefisien korelasi dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara tingkat harga dan penjualan.

Sedangkan untuk nilai t_{hitung} 6,598 dan t_{tabel} 2,132, dimana dari perhitungan dapat dikatakan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$, atau $6,598 > 2,132$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat hubungan antara pengaruh penetapan harga dengan volume penjualan yang ditentukan oleh perusahaan.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian	6
1.5 Kerangka Pemikiran	6
1.6 Metode Penelitian	10
1.6.1 Jenis dan Sumber Data	10
1.6.2 Teknik Pengumpulan Data	10
1.6.3 Teknik Pengolahan Data	11
1.6.4 Teknik Analisis Data	12
1.7 Lokasi Penelitian	15
1.8 Sistematika Pembahasan	15

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 17

2.1 Pengertian dan Fungsi-Fungsi Manajemen	17
2.2 Pengertian Pemasaran dan Bauran Pemasaran	18
2.2.1 Pengertian Pemasaran	18
2.2.2 Pengertian Bauran Pemasaran	20
2.3 Pengertian Manajemen Pemasaran	21
2.4 Pengertian Harga, Tujuan dan Sasaran Penetapan Harga	23
2.4.1 Pengertian Harga	23
2.4.2 Tujuan dan Sasaran Penetapan Harga	24

2.5	Pengertian Metode Penetapan Harga dan Kebijakan Penyesuaian Harga	29
2.5.1	Pengertian Metode Penetapan Harga	29
2.5.2	Kebijakan Penyesuaian Harga	34
2.5.3	Evaluasi Kebijakan Penyesuaian Harga	36
2.6	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga	37
2.7	Pengertian Pendapatan dan Elastisitas Permintaan	40
2.8	Tanggapan Atas Perubahan Harga	41
2.9	Pengertian Penjualan dan Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Penjualan	43
 BAB III OBJEK PENELITIAN		 45
3.1	Sejarah Perkembangan Perusahaan	45
3.2	Struktur Organisasi Perusahaan	46
3.3	Bidang Usaha Perusahaan	51
 BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN		 52
4.1	Pelaksanaan Penetapan Harga jual Pada PT. Nusatex	52
4.2	Elastisitas Permintaan	63
4.3	Hubungan Penetapan Harga Dengan Jumlah Penjualan	67
4.4	Hambatan-Hambatan yang Dihadapi oleh PT. Nusatex Dalam Melaksanakan Penetapan Harga	71
4.5	Usaha-usaha yang perlu dilakukan dalam mengatasi hambatan-hambatan yang dihadapi	72
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		 74
5.1	Kesimpulan	74
5.2	Saran	75

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Tabel Penetapan Harga Handuk Friendship per lusin PT. Nusatex	53-55
Tabel 4.2 Tabel Perkembangan Harga Handuk Friendship per lusin PT. Nusatex	55
Tabel 4.3 Tabel Perkembangan Volume Penjualan Handuk Friendship	58
Tabel 4.4 Tabel Jumlah Penjualan PT. Nusatex	61
Tabel 4.5 Tabel untuk Perhitungan Variabel X dan Y	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran	9
Gambar 3.1 Struktur Organisasi PT. Nusatex	47