

## ABSTRAK

UD. Satu Tujuan adalah perusahaan yang bergerak dalam pengolahan kain dan benang menjadi bordir, perusahaan selalu berusaha untuk dapat bersaing di dunia industri (khususnya di bidang bordir), secara bertahap dengan meningkatkan kualitas produknya dan melayani permintaan konsumen secara tepat waktu dengan harga jual yang bersaing. Tetapi dilihat dari data volume penjualan produk bordir mengalami masalah penurunan pada tahun 2003 dan 2004. dan itu diduga karna masalah harga. Karena harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang paling flesibel, harga dapat diubah dengan cepat, tidak seperti unsur bauran pemasaran lainnya.

Menurut Kotler dan Amstrong (2001:440) harga adalah satu-satunya elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, semua elemen lainnya hanya mewakili harga. Harga juga adalah salah satu elemen yang paling fleksibel dari bauran pemasaran.

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pelaksanaan penetapan harga terhadap volume penjualan pada UD. Satu Tujuan maka penulis mengadakan penelitian dengan menggunakan metode analisis deskriptif, yaitu dengan mengumpulkan data sesuai dengan keadaan yang sebenarnya dan memberikan gambaran serta analisis mengenai masalah yang ada.

Penelitian dilakukan dengan mengadakan survei langsung pada UD. Satu Tujuan untuk mengetahui penetapan harga dan volume penjualan dari UD. Satu Tujuan. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara kuantitatif dengan menggunakan analisis statistik. Dari hasil perhitungan dengan menggunakan korelasi Pearson, didapat  $r = 0.1060$ , hal ini menunjukkan bahwa hubungan yang sangat lemah antara pelaksanaan penetapan harga dengan volume penjualan, maka kenaikan ataupun penurunan salah satu dari kedua variabel tersebut akan menaikkan atau menurunkan variabel lainnya karena hubungannya bersifat positif. Melalui uji signifikasi dengan statistik uji t, diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3.18, maka  $H_0$  diterima, artinya tidak ada hubungan yang signifikan antara pelaksanaan penetapan harga dan volume penjualan. Berdasarkan uji koefisien determinasi, hasil penelitian ini menggambarkan bahwa sebanyak 1.124% volume penjualan dipengaruhi oleh penetapan harga yang dilakukan, sedangkan sisanya yaitu sebesar 98.87% dipengaruhi oleh faktor lain.

Maka dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan penetapan harga yang dilakukan pada UD. Satu Tujuan sudah baik sehingga konsumen berminat untuk melakukan pembelian.

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
1.5 Kerangka Pemikiran.....	8
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	13
2.1 Pengertian Pemasaran.....	13
2.2 Pengertian Bauran Pemasaran.....	13
2.3 Pengertian Harga.....	14
2.3.1 Pengertian Kebijakan Harga.....	16
2.3.2 Tujuan Penetapan Harga.....	18
2.3.3 Faktor Yang Mempengaruhi Penetapan Harga.....	23
2.3.4 Metode Penetapan Harga.....	25
2.3.5 Strategi Penetapan Harga.....	27
2.3.5.1 New Product Pricing Strategy.....	27
2.3.5.2 Product-Mix Pricing Strategy.....	28
2.3.6 Mengadaptasi Harga.....	30

---

2.3.6.1	Penetapan Harga Geografis.....	30
2.3.6.2	Diskon Dan Potongan Harga.....	31
2.3.6.3	Penetapan Harga Promosi.....	33
2.3.6.4	Penetapan Harga Diskriminasi.....	34
2.3.7	Hubungan Antara Kebijakan Harga dengan Volume penjualan.....	35
2.4	Hipotesis.....	36
<b>BAB III</b>	<b>OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>37</b>
3.1	Objek Penelitian.....	37
3.1.1	Sejarah UD. Satu Tujuan.....	37
3.2	Metode Penelitian.....	38
3.2.1	Desain Penelitian.....	38
3.2.2	Operasionalisasi Variabel.....	39
3.2.3	Prosedur Pengumpulan Data.....	40
3.2.4	Metode Analisis Data.....	41
3.2.5	Pengujian Hipotesis.....	42
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>45</b>
4.1	Hasil Penelitian.....	45
4.1.1	Pelaksanaan Penetapan Harga.....	45
4.1.2	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga.....	47
4.2	Pengaruh Pelaksanaan Penetapan Harga Terhadap Volume Penjualan.....	49
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>53</b>
5.1	Kesimpulan.....	53
5.2	Saran.....	54

<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>56</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>58</b>

## **DAFTAR TABEL**

TABEL 1.2	Data Penjualan Bordir UD. Satu Tujuan.....	3
TABEL 3.1	Operasional Variabel .....	40
TABEL 4.1	Hubungan Penetapan Harga Dengan Volume Penjualan.....	50

## **DAFTAR GAMBAR**

GAMBAR 1.1	Perkiraan Pergerakan Harga BBM .....	1
GAMBAR 1.3	Skema Kerangka Pemikiran .....	12
GAMBAR 2.3	Faktor–Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Penetapan Harga .....	18