

ABSTRAK

PENGARUH KEBIJAKAN HARGA TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA PT. MARGA SANDANG TEXTILLE DI BANDUNG

Dengan adanya krisis ekonomi yang terjadi menyebabkan banyak perusahaan di Indonesia harus mengubah strateginya termasuk strategi di bidang kebijakan harga yang mungkin sudah tidak cocok lagi. Strategi kebijakan harga ini harus cocok dengan lingkungan yang selalu mengalami perubahan terutama pada aspek pasar atau pelanggan.

Penetapan strategi kebijakan harga yang sesuai dengan lingkungan yang selalu berubah merupakan factor penting yang menentukan keberhasilan suatu perusahaan dalam menghadapi perusahaan dalam menghadapi persaingan dan untuk bertahan dalam suatu lingkungan bisnis.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui kebijakan penetapan harga yang digunakan pada PT. Marga Sandang dan untuk mengetahui pengaruh kebijakan harga terhadap volume di oleh PT. Marga Sandang. Adapun metode yang digunakan adalah metode mark up yaitu metode yang berorientasi pada biaya, dimana produsen menetapkan harga jual untuk suatu jenis barang yang besarnya sama dengan jumlah biaya per unit ditambah dengan suatu jumlah sebagai laba yang diinginkan. cara penetapan harga jual berdasarkan biaya.

Berdasarkan data-data perusahaan yang telah diolah, maka didapat persamaan regresi $Y = 6035.41 + 458.59x$. ini berarti bahwa setiap perubahan 1 unit variable *independent* X (kebijakan harga) akan diikuti dengan perubahan variable *dependent* Y (volume penjualan) sebesar 458.59 (dalam ribuan rupiah), sedangkan hasil perhitungan r didapat nilai sebesar 0,89. Hal ini menunjukkan bahwa adanya hubungan antara kebijakan harga dengan volume penjualan adalah positif dan kuat, sedangkan koefisien determinasi yang diperoleh adalah sebesar 79,21 %, yang berarti bahwa kebijakan harga mempunyai peranan dalam meningkatkan volume penjualan sebesar 79,21 %, sisanya 20,79 % dipengaruhi oleh faktor lain, dan uji signifikan yang didapat dengan t hitung 5.521 dan t tabel 0,00625.

Dari hasil penelitian disimpulkan bahwa efektifitas kebijakan harga dapat meningkatkan volume penjualan produk tekstil pada PT. Marga Sandang, sehingga hal ini harus tetap dipertahankan dan ditingkatkan untuk kelangsungan hidup perusahaan dan meningkatkan profit perusahaan.

DAFTAR ISI

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

BAB I. PENDAHULUAN

| | |
|--|---|
| 1.1. Latar Belakang Penelitian..... | 1 |
| 1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah | 3 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 4 |
| 1.4. Kegunaan Penelitian | 4 |

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

| | |
|---|----|
| 2.1. Kajian Pustaka..... | 6 |
| 2.1.1 Pengertian Pemasaran | 6 |
| 2.1.2 Pengertian Bauran Pemasaran | 8 |
| 2.1.3 Pengertian Harga | 13 |
| 2.1.4 Pengertian Kebijakan Penetapan Harga | 14 |
| 2.1.5 Tujuan Penetapan Harga | 15 |
| 2.1.6 Faktor-Faktor yang mempengaruhi Kebijakan Harga.. | 17 |
| 2.1.7 Metode Penetapan Harga..... | 21 |

| | |
|--|----|
| 2.1.8 Strategi Penetapan Harga | 26 |
| 2.2 Kerangka Pemikiran..... | 42 |
| 2.3 Hipotesis..... | 45 |
| | |
| BAB III. METODE PENELITIAN | |
| 3.1. Metode yang digunakan | 46 |
| 3.2 Operasionalisasi Variabel | 46 |
| 3.3 Sumber dan Cara Penentuan Data | 49 |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data | 50 |
| 3.5 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis..... | 51 |
| | |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | |
| 4.1. Profil Perusahaan..... | 55 |
| 4.1.1. Struktur Organisasi PT. Marga Sandang | 56 |
| 4.2. Pelaksanaan Kebijakan Harga | 62 |
| 4.3 Pengaruh Kebijakan Harga terhadap Volume Penjualan di PT. Marga Sandang..... | 63 |
| | |
| BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN | |
| 5.1. Kesimpulan | 77 |
| 5.2. Saran | 78 |
| | |
| DAFTAR PUSTAKA | |
| | |
| LAMPIRAN | |

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|--|---------|
| Tabel 3.1 Operasional Variabel | 47 |
| Tabel 4.1 Volume Penjualan PT. Marga Sandang | 67 |
| Tabel 4.2 Kebijaksanaan Harga dan Volume Penjualan PT. Marga Sandang ... | 68 |
| Tabel 4.3 Analisis Regresi dan Korelasi..... | 71 |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|---|---------|
| Gambar 2.1 Sembilan Strategi Harga – Mutu..... | 29 |
| Gambar 4.1 Bagan Struktur Organisasi PT. Marga Sandang..... | 62 |
| Gambar 4.2 Kurva Distribusi..... | 66 |