

## ABSTRAK

Hendry Nyoman Triawan, 2006 : Pengaruh Kebijakan Penetapan Harga Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Sepeda Motor Merek Honda Pada PT. Daya Anugrah Mandiri, dibawah bimbingan Chandra Kuswoyo, SE, MT.

Honda Motor Co., Ltd., adalah satu-satunya perusahaan pemimpin dunia otomotif saat ini dan merupakan perusahaan sepeda motor terbesar di dunia. Perusahaan ini dikenal secara Internasional sebagai perusahaan yang ahli dalam pengembangan kepemimpinan dan pembuatan berbagai jenis produk yang menggunakan teknologi mesin yang tinggi dan juga efisien, dimulai dari mesin sederhana sampai mesin khusus kendaraan bermotor. Dalam dunia bisnis, setiap perusahaan berusaha untuk memenangkan persaingan dalam segala bidang. Disamping itu, sangatlah penting untuk mengetahui pengaruh kebijakan penetapan harga dalam meningkatkan volume penjualan sepeda motor merek Honda pada PT. Daya Anugrah Mandiri.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pelaksanaan kebijakan harga yang ditetapkan perusahaan, dan mengetahui bagaimana tingkat volume penjualan perusahaan, serta mengetahui bagaimana pengaruh kebijakan harga terhadap tingkat volume penjualan yang dilakukan PT. Daya Anugrah Mandiri.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif, yang bertujuan untuk menggambarkan sifat sesuatu yang tengah berlangsung pada saat riset dilakukan dan untuk memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu dan metode verifikatif, yaitu penelitian dengan pengujian hipotesis. Metode analisis yang digunakan, yaitu korelasi pearson, digunakan untuk menguji dan mencari korelasi antara dua variabel (X dan Y) serta mengetahui kuat lemahnya hubungan antara variabel X dan Y.

Dari penelitian yang telah dilakukan, diperoleh kesimpulan bahwa terdapat hubungan yang positif dan sangat kuat sekali, dan koefisien determinasinya yang mempunyai rata-rata lebih dari 70% ada pengaruh terhadap volume penjualan, sedangkan sisanya sebesar  $\pm 30\%$  dipengaruhi oleh faktor lain. Sedangkan dari uji hipotesis diperoleh nilai signifikansi yang lebih kecil dari  $\alpha 0.05$ , sehingga  $H_0$  ditolak, yang artinya adanya hubungan antara kebijakan harga dengan volume penjualan.

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat, karunia dan bimbingan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kebijakan Penetapan Harga Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Sepeda Motor Merek Honda Pada PT. Daya Anugrah Mandiri” ini diajukan sebagai salah satu syarat dalam menempuh Ujian Akhir Strata 1, Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Kristen Maranatha.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak terlepas dari kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan karena masih terbatasnya pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, segala masukan, saran dan kritik yang bersifat membangun sangat diharapkan penulis.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Chandra Kuswoyo, SE, MT, selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, pikiran, dan tenaganya di tengah-tengah kesibukan beliau untuk membimbing penulis sejak awal penyusunan hingga terselesaikannya skripsi ini.

Perkenankanlah pula penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis, baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini.

1. Ibu Dra. Tatik Budiningsih, MS, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha.

2. Bapak Tedy Wahyusaputra, SE., MM, selaku Pembantu Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha.
3. Ibu Dr. Marcellia Susan., SE., MT, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Universitas Kristen Maranatha.
4. Ibu A.Rinny Maharsi, SE.,MM, selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Universitas Kristen Maranatha.
5. Ibu Martalena, SE., MT, selaku Dosen Wali yang telah bersedia meluangkan waktu dalam memberikan nasihat dalam pengarahan kepada penulis.
6. Bapak Sunjoyo, SE., MSi, selaku Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha Bandung yang telah membekali penulis dengan pengetahuan berharga.
7. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha Bandung yang telah membekali penulis dengan pengetahuan berharga.
8. Seluruh karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha, Pak Untung, Ibu Dainty, Pak Unep, Pak Deni, Pak Anto, Pak Budi, Pak Yitno, Pak Bambang, Ibu Puji, Pak Cucun dan Teams.
9. Seluruh Staf PT. Daya Anugrah Mandiri, terutama Bapak Ahmad Nazmul Mutaqin, selaku Kasubdept. Personalia, Bapak Junaedi, selaku Manager Area Bandung, Ibu Nunik A.Afsari, selaku Kepala Cabang, dan Cici Thres, serta Bapak Tantan yang telah banyak meluangkan waktunya untuk membantu penulis selama masa penelitian. Thank's for everything.
10. Yang terkasih dan tersayang Papa Njo Tiong Gie dan Mama Tan Mi Ai (alm) atas doa dan dukungannya. *I LOVE U.*

11. Kakakku tercinta Ce”Nini”, Ci”Yongyong”, *Thank You, I LOVE U*. OM Zainal, Mamie Tien dan keluarga, Thank’s atas dukungannya. Ku”ALI” Thank’s juga atas bantuannya, Ce Ming-San serta “Big Family Kp. NIAS”, dan keluarga yang tidak dapat disebutkan satu persatu I LOVE U ALL. Terima kasih atas bantuan baik moril maupun materil kepada penulis sampai selesainya skripsi ini.
12. Teman berbagi suka dan duka, yang terkasih dan tercinta *Stella.A.L.* Yang telah memberikan perhatian, motivasi, Thank’s atas bantuan, dukungan dan cintanya. OM Alen, Tante PING-IE, “Big Family Ayudia” Thank’s atas perhatian dan kasih sayangnya.
13. For my all Friends : Djamin, Cris-bon, Yol-Wan, Pak Tuo-Leni, Etah, Dedjut, Om-dut (Tim”Lawak”: Asmun-Gero, Ben-tot, Bun-Yam, Ro-bi.), Ayau, Hendrick-Hok, Kuang”, Lucky M, Yohanes-Ponk, Gatusso-Vivi, Leo, Alfred, Lidon, Ivonne, for Manajemen MG-G, Nike, Maressa, Susi-Meiyin, Ivi, Tetty, Dewi-Amoy, Felix, Vincent, Audy, (Tim”Surfing”: Nanda, Adek, Dino, Diko, Dani, Ivan, Jery, Rio, Icy Pitol, Kapenol, Riko-Tipu), Yudi-Gapuk, Hendra-Ustadz, Ricko-Romi, Topo-docik, Ni-Netz, Thank’s for everything.

Kiranya semoga Tuhan Yang Maha Esa akan melimpahkan berkat-Nya, serta membalas budi baik Bapak, Ibu, Saudara, Saudari, Teman-teman yang telah banyak membantu penulis dan semoga saja skripsi ini dapat memberikan sumbangan pemikiran dan masukan yang berguna bagi pihak-pihak yang membutuhkannya.

Bandung, Juli 2006

Hendry Nyoman Triawan.

## DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK .....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR TABEL .....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	viii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Kegunaan Penelitian .....	5
1.5 Kerangka Pemikiran .....	5
1.6 Metode Penelitian .....	9
1.6.1 Jenis dan Sifat Penelitian .....	9
1.6.2 Jenis dan Sumber Data .....	9
1.6.3 Definisi Operasional Variabel Data .....	10
1.6.4 Metode Pengumpulan Data .....	11
1.6.5 Teknik Pengolahan / Analisis Data .....	11
1.7 Lokasi Penelitian .....	14
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
2.1 Pengertian Pemasaran .....	12
2.2 Pengertian Strategi Pemasaran .....	13
2.3 Bauran Pemasaran .....	14
2.4 Tujuan penetapan harga .....	19

2.5	Metode penetapan harga .....	21
2.6	Perilaku Konsumen dan Juga Minat Beli Konsumen .....	23
2.7	Pengertian volume penjualan .....	26
2.8	Pengaruh kebijakan harga terhadap volume penjualan .....	27
<b>BAB III OBJEK PENELITIAN</b>		
3.1	Sejarah Perusahaan .....	30
3.2	Stuktur Organisasi Perusahaan dan Uraian Tugas .....	31
3.3	Produk Perusahaan dan Daerah Pemasarannya .....	45
<b>BAB IV PEMBAHASAN</b>		
4.1	Tujuan Penetapan Harga yang dilaksanakan perusahaan .....	49
4.2	Faktor-Faktor yang mempengaruhi penetapan harga .....	50
4.3	Kebijakan Harga yang dilakukan perusahaan .....	51
4.4	Strategi Penetapan Harga yang dilakukan perusahaan .....	53
4.5	Sistem Penjualan yang dilakukan perusahaan .....	54
4.6	Pengaruh Kebijakan Penetapan Harga Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Sepeda Motor Merek Honda Pada PT. Daya Anugrah Mandiri .....	56
<b>BAB V KESIMPULAN dan SARAN</b>		
5.1	Kesimpulan .....	68
5.2	Saran .....	70
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>71</b>
<b>LAMPIRAN</b>		
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS</b>		

## DAFTAR TABEL

Tabel I 1.1	Operasional Variabel .....	8
Tabel IV 4.1	Data Kebijakan Harga dan Volume Penjualan Sepeda Motor Merek SupraX Cakram PT. Daya Anugrah Mandiri pada Bulan Juli 2005 – Desember 2005 .....	57
Tabel IV 4.2	Data Kebijakan Harga dan Volume Penjualan Sepeda Motor Merek SupraFit Cakram PT. Daya Anugrah Mandiri Bulan Juli 2005 – Desember 2005 .....	59
Tabel IV 4.3	Data Kebijakan Harga dan Volume Penjualan Sepeda Motor Merek Karisma Racing PT. Daya Anugrah Mandiri Bulan Juli 2005 – Desember 2005 .....	61
Tabel IV 4.4	Data Kebijakan Harga dan Volume Penjualan Sepeda Motor Merek Supra Fit Tromol PT. Daya Anugrah Mandiri Bulan Juli 2005 – Desember 2005 .....	63
Tabel IV 4.5	Data Kebijakan Harga dan Volume Penjualan Sepeda Motor Merek Legenda PT. Daya Anugrah Mandiri Bulan Juli 2005 – Desember 2005 .....	65
Tabel IV 4.6	Data Kesimpulan Dari Beberapa Merek Sepeda Motor, Korelasi Pearson, Koefisien Determinasi, dan Ho pada PT. Daya Anugrah Mandiri .....	67

## DAFTAR GAMBAR

Gambar I 1.1 Skema Kerangka Pemikiran .....	8
Gambar III 3.1 Struktur Organisasi PT. Daya Anugrah Mandiri .....	36