

ABSTRAK

Dalam menghadapi keadaan ekonomi Indonesia yang saat ini yang tidak stabil, dan karena berdampak dari adanya kebijakan pemerintah dalam menaikkan harga bahan bakar minyak yang sangat berpengaruh terhadap perekonomian, sehingga perusahaan harus dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dan meningkatkan kemampuan bersaingnya dengan para pesaing- pesaingnya.

Persaingan harga menjadi hal yang pokok antara berbagai perusahaan, karena harga merupakan hal yang utama untuk suatu produk bisa laku di pasaran, selain itu juga bermanfaat untuk meningkatkan volume penjualan.

Kebijakan harga sangat penting bagi kelangsungan hidup perusahaan dalam peningkatan perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah guna mengetahui bagaimana pengaruh kebijakan harga terhadap peningkatan volume penjualan. Maka dari itu penulis telah melakukan penelitian di salah satu perusahaan tekstil di Bandung, pada PT."X"

PT."X" yang berlokasi di Majalaya, Bandung, Jawa barat merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang tekstil. Penulis ingin mengetahui seberapa besar pengaruh kebijakan harga dengan volume penjualan. Metode analisis yang digunakan untuk mengolah data adalah analisis regresi, analisis korelasi *Pearson*, dan analisis nilai Determinasi. Analisis ini digunakan untuk mengetahui kekuatan hubungan keduanya, seberapa kuat atau besarnya pengaruh kebijakan harga (*independent variable*) dengan volume penjualan (*Dependent variable*).

Berdasarkan data-data perusahaan yang telah diolah, maka didapat persamaan regresi $Y = -1433,162 + 355,503X$. ini berarti bahwa setiap perubahan 1 unit variable *independent X* (kebijakan harga) akan diikuti dengan perubahan variable *dependent Y* (volume penjualan) sebesar 355,503 (dalam ribuan rupiah), sedangkan hasil perhitungan *r* didapat nilai sebesar 0,950947179. Hal ini menunjukkan bahwa adanya hubungan antara kebijakan harga dengan volume penjualan adalah positif dan kuat, sedangkan koefisien determinasi yang diperoleh adalah sebesar 90,43 %, yang berarti bahwa kebijakan harga mempunyai peranan dalam meningkatkan volume penjualan sebesar 90,43 %, sisanya 9,57 % dipengaruhi oleh faktor lain, dan uji signifikan yang didapat dengan *t* hitung 9,721 dan *t* tabel 2,228.

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

Daftar ISI

ABSTRAKSI

.....	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	3
1.4. Kegunaan Penelitian	4
1.5. Kerangka Pemikiran	5
1.6. Sistematika Penulisan	9
1.7. Lokasi Penelitian	10

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pengertian Pemasaran	11
2.2. Pengertian Manajemen Pemasaran	12

2.3. Pengertian Harga bagi Perusahaan	12
2.4. Pengertian Harga	13
2.5. Peran Harga	14
2.6. Tujuan Penetapan Harga	15
2.6.1. Memilih Tujuan Penetapan Harga	15
2.6.2. Menentukan Permintaan	18
2.6.3. Memperkirakan Biaya	19
2.6.4. Menganalisis Biaya, Harga dan Penawaran Pesaing	20
2.6.5. Memilih Metode Penetapan Harga	20
2.6.6. Memilih Harga Akhir	24
2.7. Kebijakan Harga	24
2.8. Kebijakan Penetapan Harga	25
2.9. Mengadaptasi Harga	26
2.9.1. Penetapan Harga Geografis	27
2.9.2. Diskon dan Potongan Harga	28
2.9.3. Penetapan Harga Promosi	30
2.9.4. Penetapan Harga Diskriminasi	31
2.9.5. Penetapan Harga Bauran Produk	32
2.10. Proses Penurunan Harga	33
2.11. Proses Peningkatan Harga	34
2.12. Price Lining	35
2.13. Pengertian Penjualan	36
2.13.1. Tujuan Penjualan	37

2.14. Pengaruh Harga Terhadap Penjualan37

BAB III. METODE DAN OBJEK PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian	38
3.1.1. Definisi Variabel	38
3.1.2 Teknik Pengumpulan Data	39
3.1.3. Teknik Pengolahan Data	40
3.1.4. Metode Analisis Data	41
3.1.5. Sumber Data	41
3.1.6 Metode Analisis Data	41
3.1.6.1. Metode Korelasi Pearson	42
3.1.6.2. Koefisien Determinasi	43
3.1.6.3. Uji Signifikan	44
3.1.6.4. Hipotesis	45

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Objek Penelitian	46
4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan	46
4.1.2. Bidang Usaha Perusahaan	48
4.1.3. Daerah Pemasaran	52
4.1.4. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas	53

4.2. Analisis Pembahasan dan Hasil Penelitian	63
4.2.1. Kebijakan Harga yang Dilakukan PT “X”	63
4.2.2. Analisa Pengaruh Kebijakan Harga terhadap Volume Di PT “X”	66
4.2.2.1. Analisis Regresi	70
4.2.2.2 Analisis Koefisien Korelasi Pearson	71
4.2.2.3. Analisis Koefisien Determinasi	73
4.2.2.4. Pengujian Hipotesis	73

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	77
5.2. Saran	78

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Operasional Penelitian	39
Tabel 4.1 Volume Penjualan 2003- 2005 PT “X”	65
Tabel 4.2 Kebijakan Harga dan Volume Penjualan PT “X”	67
Tabel 4.3 Analisis Regresi dan Korelasi Tahun 2005	69

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Menentukan Kebijakan Penetapan Harga	8
Gambar 2.1 Sembilan Strategi Harga- Mutu	26
Gambar 4.1 Proses Produksi PT “X”	50
Gambar 4.2 Struktur Organisasi PT “X”	62
Gambar 4.3 Kurva Distribusi t	76