

ABSTRAK

Alexander Dwi Harmoko, 2006, Pengaruh Pelaksanaan Penetapan Harga Terhadap Volume Penjualan Di PT.Budi Makmur Jaya Murni, Peleman, Yogyakarta, Di bawah Bimbingan Surachman Surjaatmadja.

Pelaksanaan penetapan harga PT.Budi Makmur Jaya Murni ditinjau dari 6 tahap proses penetapan harga yaitu : memilih tujuan penetapan harga, menentukan permintaan, memperkirakan biaya, menganalisis biaya, harga dan tawaran pesaing, memilih metode penetapan harga, memilih harga akhir. Dari penelitian diketahui besarnya korelasi pearson antara pelaksanaan penetapan harga dengan volume penjualan adalah $-0,4$. Kemudian didapat besaran koefisien determinasi sebesar 16%, yang berarti bahwa sebesar 16% dari volume penjualan dipengaruhi oleh pelaksanaan penetapan harga, dan sisanya sebesar 84% dipengaruhi oleh variable lain. Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah metode Deskriptif dan Verifikatif, tipe penelitian ini adalah tipe korelasional dan kausalitas. Unit analisis penelitian ini adalah individu, yaitu para konsumen yang membeli produk PT.Budi Makmur Jaya Murni. PT.Budi Makmur Jaya Murni merupakan salah satu perusahaan yang mengkhususkan pada penjualan produk kulit wetblue, berusaha bersaing dengan perusahaan-perusahaan sejenis lainnya yang tersebar di kota Yogyakarta. Untuk dapat memenangkan persaingan dan memperoleh pasar, maka diperlukan kegiatan pemasaran yang salah satu diantaranya yaitu pelaksanaan penetapan harga. Pelaksanaan penetapan harga ini ditujukan untuk menetapkan harga dengan tepat sesuai dengan keinginan pasar sasaran.

Kata Kunci : Pelaksanaan Penetapan Harga, Metode Penelitian, Volume Penjualan, Pengaruh Pelaksanaan Penetapan Harga Dengan Volume Penjualan

ABSTRACT

Alexander Dwi Harmoko, 2006, The Influence of the stated price's progression to PT. Budi Makmur Jaya Murni Chips' Sales Volume at Peleman, Yogyakarta, under the supervision of Surachman Surjaatmadja.

PT. Budi Makmur Jaya Murni's stated price's progression implementation is evaluated from six aspects, namely: to choose the stated of price, determine the demand, to estimate the cost, to analysis the cost , price and rival's, choose stated of price's methods ,choose final price. It is known from the research that the amounts of Pearson's correlation between the stated process progression implementation with the sales' volume are -0.4. The determination of coefficient momentum is 16%, which means that up to 16% from sales volume are influenced by stated price's progression execution, and the remaining 84% sales volume are influenced by other variables. The research methods used in the writing of this thesis are Descriptive and Verificative method, whereas, the types of this research are correlation and causality. The analysis unit for this research is individual unit, which are the consumer who buy the products of PT. Budi Makmur Jaya Murni. PT. Budi Makmur Jaya Murni is one of the companies that specials in selling wetblue, tries to compete with a lot of other companies of similar specialty in Yogyakarta. To be able to win the competition as well as winning the market, the marketing activity is really needed; one of which is the implementation of the stated price's progression. Such stated price's progression is aimed to stated exactly price's as consumer want

Keywords: The stated price's progression, Research Methods, Sales Volume, The Influence of stated price's progression to Sales Volume

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian.	1
1.2. Identifikasi Masalah	8
1.3. Tujuan penelitian	8
1.4. Kegunaan penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1. Kajian Pustaka	10
2.1.1 Pengertian Harga	10
2.1.2 Pengertian Kebijakan Harga	11
2.1.3 Tujuan Penetapan Harga	14
2.1.4 Faktor Yang Mempengaruhi Penetapan Harga	18
2.1.5 Metode Penetapan Harga	20
2.1.6 Strategi Penetapan Harga	22
2.1.6.1 New Produk Pricing Strategy	22
2.1.6.2 Product-mix Pricing Strategy	23
2.1.7 Mengadaptasi Harga	25
2.1.7.1 Penetapan Harga Geografis	25
2.1.7.2 Diskon Dan Potongan Harga	26
2.1.7.3 Penetapan Harga Promosi	28
2.1.7.4 Penerapan Harga Diskriminasi	29
2.1.8 Hubungan Antara Kebijakan Harga Yang Diterapkan Dengan Volume Penjualan	30
2.2 Kerangka Pemikiran	31
2.3 Hipotesis	34
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian	35
3.2 Metode Penelitian Yang Digunakan	35
3.2.1 Definisi Operasional Variabel	36
3.2.2 Prosedur Pengumpulan Data	39
3.2.3 Prosedur Pengumpulan Sampel	39
3.2.4 Analisis Data	41
3.2.5 Uji Hipotesis	43

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Hasil Penelitian	47
4.1.1	Sejarah Perusahaan	47
4.1.2	Profil Responden	50
4.2	Pembahasan	54
4.2.1	Pelaksanaan Penetapan Harga.....	54
4.2.2	Volume Penjualan Produk Wetblue PT.Budi Makmur Jaya Murni	63
4.2.3	Pengaruh Pelaksanaan Penetapan Harga Kulit Wetblue Terhadap Volume Penjualan Di PT.Budi Makmur Jaya Murni	64

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1.	Kesimpulan	69
5.2.	Saran	71

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perkembangan Industri Kulit Nasional	3
Tabel 1.2	Data Penjualan Kulit Wetblue	4
Tabel 3.1	Definisi Operasionalisasi variabel	37
Tabel 3.2	Skala Penilaian Analisis Data	43
Tabel 4.1	Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 4.2	Data Responden Berdasarkan Usia	51
Tabel 4.3	Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
Tabel 4.4	Data Responden Berdasarkan Pengetahuan Akan Produk	53
Tabel 4.5	Harga Yang Ditetapkan Sesuai Dengan Pasar Sasaran	55
Tabel 4.6	Harga Yang Ditetapkan Sesuai Dengan Permintaan Pasar	56
Tabel 4.7	Harga Yang Ditetapkan Sudah Memperkirakan Biaya Pemasaran	57
Tabel 4.8	Harga Yang Ditetapkan Sudah Melalui Analisis Biaya Pemasaran	58
Tabel 4.9	Harga Yang Ditetapkan Sudah Melalui Analisis Harga Pesaing	59
Tabel 4.10	Harga Yang Ditetapkan Lebih Murah Dari Harga Pesaing	60
Tabel 4.11	Harga Yang Ditetapkan Sudah Sesuai Dengan Metode Penetapan Harga	61
Tabel 4.12	Harga Akhir Yang Ditetapkan Sudah Paling Sesuai Dengan Pasar Sasaran	62
Tabel 4.13	Data Penjualan Kulit Wetblue PT. Budi Makmur Jaya Murni	63
Tabel 4.14	Hubungan Antara Pelaksanaan Penetapan Harga Dengan Volume Penjualan	64
Tabel 5.1	Data Penjualan Kulit Wetblue	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Perkembangan Ekspor Per Negara Tujuan	1
Gambar 2.1	Proses Keputusan Penetapan Harga	13
Gambar 2.2	Skema Kerangka Pemikiran	34