

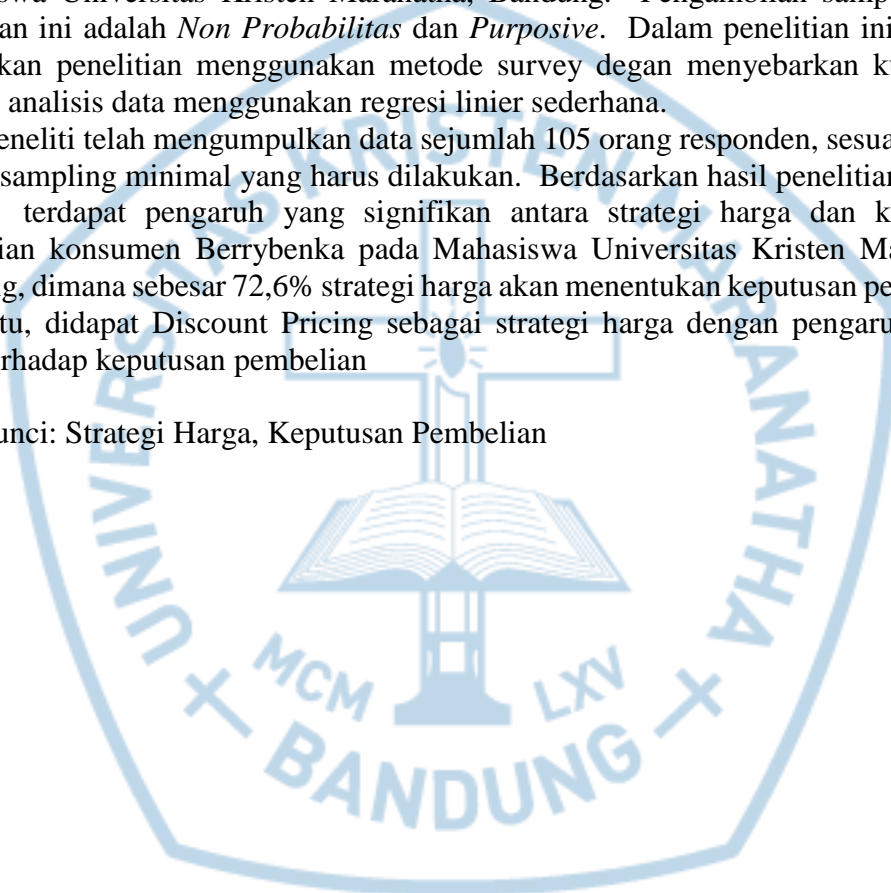
ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen Berrybenka, dan jenis strategi harga terhadap keputusan pembelian konsumen Berrybenka pada Mahasiswa Universitas Kristen Maranatha, Bandung.

Penelitian ini memiliki metodologi Explanatory research, dengan Populasi masyarakat yang mengakses BerryBenk, dengan Sampel konsumen Berrybenka pada Mahasiswa Universitas Kristen Maranatha, Bandung. Pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *Non Probabilitas* dan *Purposive*. Dalam penelitian ini, penulis melakukan penelitian menggunakan metode survey dengan menyebarkan kuesioner. Metode analisis data menggunakan regresi linier sederhana.

Peneliti telah mengumpulkan data sejumlah 105 orang responden, sesuai dengan jumlah sampling minimal yang harus dilakukan. Berdasarkan hasil penelitian, didapat bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara strategi harga dan keputusan pembelian konsumen Berrybenka pada Mahasiswa Universitas Kristen Maranatha, Bandung, dimana sebesar 72,6% strategi harga akan menentukan keputusan pembelian. selain itu, didapat Discount Pricing sebagai strategi harga dengan pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian

Kata Kunci: Strategi Harga, Keputusan Pembelian



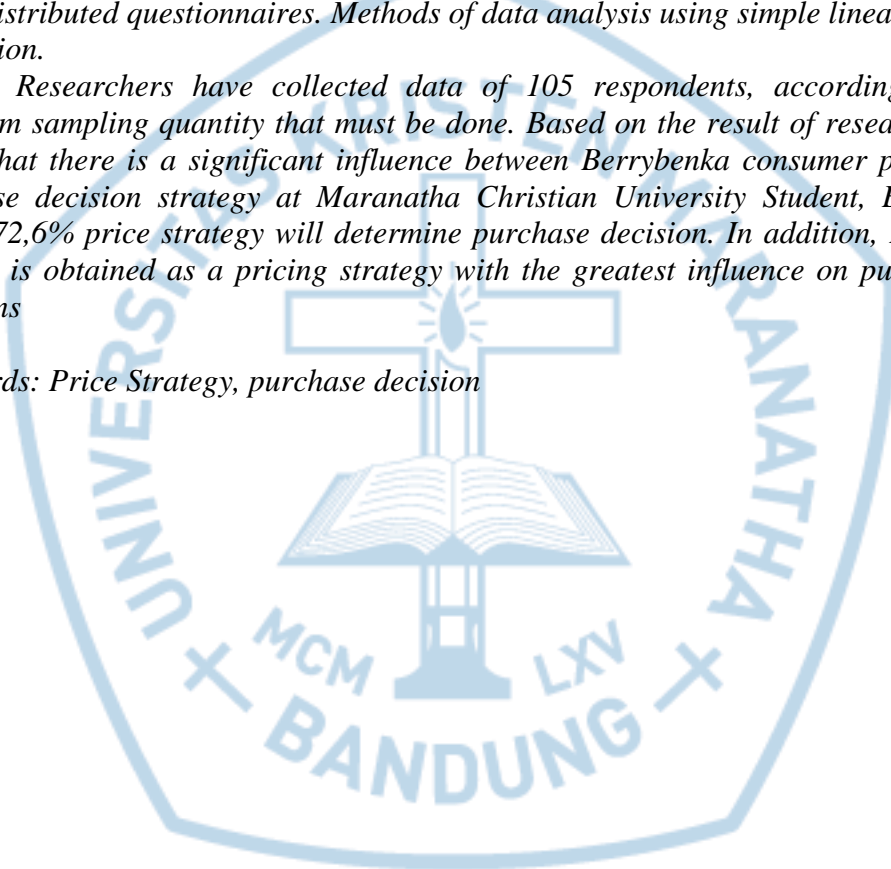
ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of prices on consumer purchasing decisions Berrybenka, and the type of pricing strategy to consumer purchasing decision Berrybenka on Maranatha Christian University Student, Bandung.

This study has an Explanatory research methodology, with population of people accessing BerryBenk, with Berrybenka consumer samples at Maranatha Christian University Student, Bandung. Sampling in this research is Non Probability and Purposive. In this study, the authors conducted a study using survey methods using distributed questionnaires. Methods of data analysis using simple linear regression.

Researchers have collected data of 105 respondents, according to the minimum sampling quantity that must be done. Based on the result of research, it is found that there is a significant influence between Berrybenka consumer price and purchase decision strategy at Maranatha Christian University Student, Bandung, where 72,6% price strategy will determine purchase decision. In addition, Discount Pricing is obtained as a pricing strategy with the greatest influence on purchasing decisions

Keywords: Price Strategy, purchase decision



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI DAN DOKUMENTASI.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
1.1.Latar Belakang Masalah.....	1
1.2.Identifikasi Masalah	8
1.3.Tujuan dan Maksud Penelitian.....	8
1.4.Kegunaan Penelitian.....	8
BAB II: TINJAUAN KEPUSTAKAAN, RERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS PENELITIAN	10
2.1. Tinjauan Kepustakaan.....	10
2.1.1. Manejemen Pemasaran.....	10
2.1.1 Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	10
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	11
2.1.2. Price (Harga)	23

2.1.3. Peranan Harga	29
2.1.4 Strategi Penetapan Harga	34
2.1.4.1 Metode Penetapan Harga Berdasarkan Permintaan	35
2.1.4.1 Metode Penetapan Harga Berdasarkan Biaya	38
2.1.4.2 Metode Penetapan Harga Berdasarkan Laba	40
2.1.4.3 Metode Penetapan Harga Berdasarkan Pesaing	41
2.1.5.5.Langkah Menetapkan Harga	42
2.1.5.6. Penyesuaian Harga	43
2.1.5.6.1. Penetapan Harga Geografis	44
2.1.5.6.2. Diskon Harga dan Insentif	45
2.1.5.6.3. Penetapan Harga Promosi	47
2.1.5.6.4. Penetapan Harga Terdiferensiasi	51
2.1.5.7. Perubahan Harga	52
2.1.5.7.1. Memulai Penurunan Harga	53
2.1.5.7.2. Memulai Kenaikan Harga	53
2.1.5.7.3 Merespon Perubahan Harga Pesaing	54
2.1.5.7.4 Penetapan Harga Bauran Produk	54
2.1.6. Keputusan Pembelian	55
2.1.6.1.Proses pengambilan keputusan pembelian	55
2.1.6.2.Keputusan Pembelian	57
2.2. Kerangka pemikiran	59
2.3. Pengembangan Hipotesis	60

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN	63
3.1. Jenis Penelitian.....	63
3.2 Populasi	63
3.3 Sampel.....	64
3.4. Definisi Operasional Variabel.....	65
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	65
3.6 Metode Analisis Data.....	67
3.7. Analisis Data dan Rancangan Pengujian Hipotesis	68
3.7.1. Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen	68
3.7.1.1. Uji Validitas Data.....	68
3.7.1.2. Uji Reliabilitas Data.....	69
3.7.2. Uji Asumsi Klasik.....	69
3.7.2.1. Uji Normalitas	70
3.7.2.2. Uji Heteroskedastisitas.....	70
3.7.2.3. Uji Multikolinearitas	71
3.8 Pengujian Hipotesis.....	71
BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	75
4.1. Hasil Penelitian	75
4.2. Pembahasan.....	81
BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN	101

5.1. Kesimpulan	101
5.2.Keterbatasan Penelitian.....	101
5.3.Saran.....	102

DAFTAR PUSTAKA

