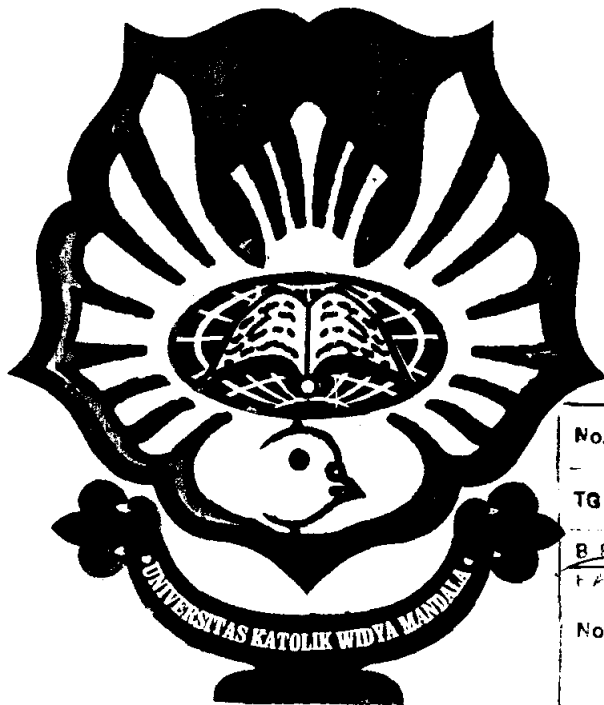


**SKRIPSI**

**SOEDARMONO**

**PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN TENTANG STRATEGI HARGA  
DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN TAPE MOBIL PADA PT. KEDUNGSARI AUDIO**



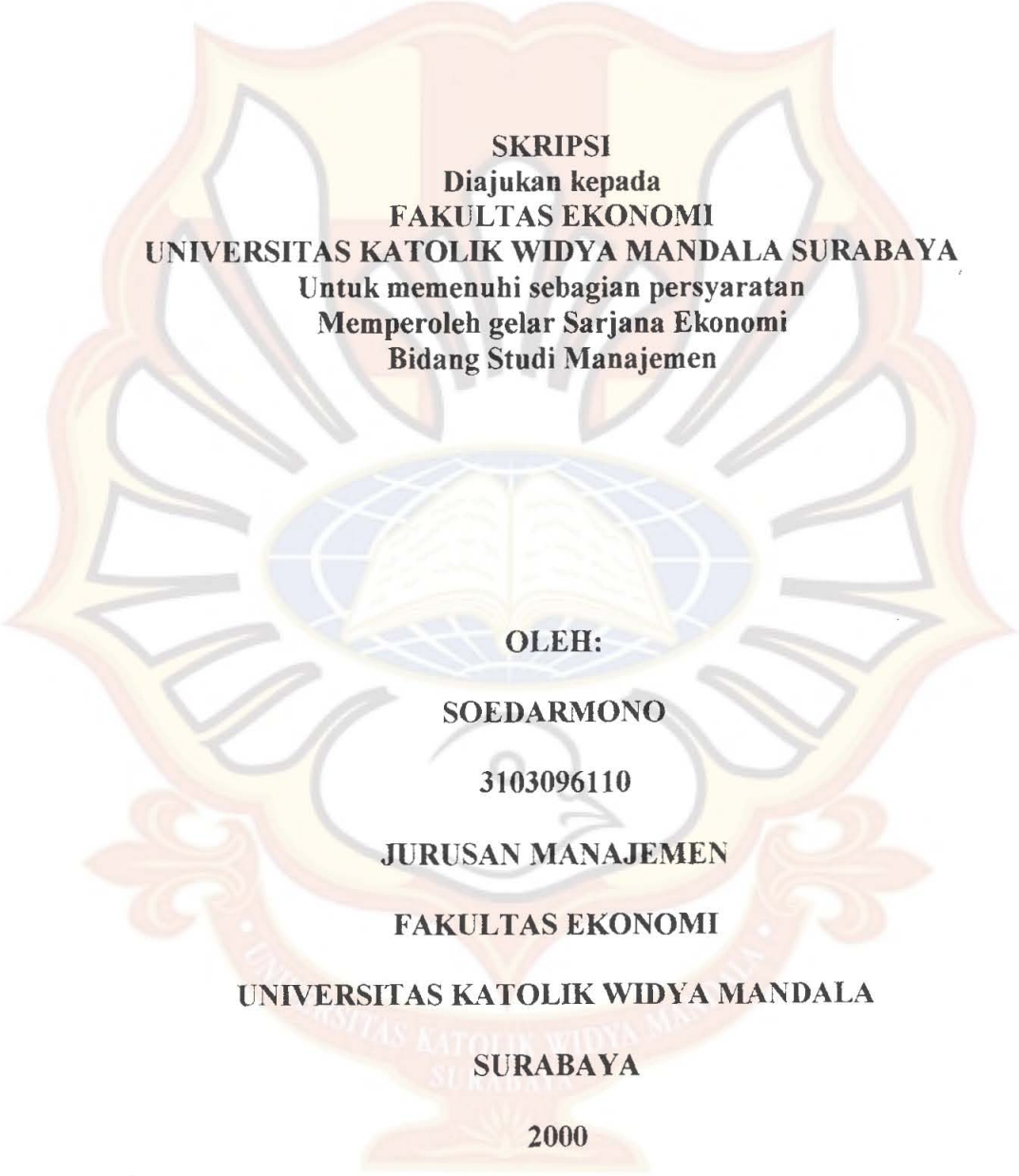
No. INDUK	3151/01
TGL TERIMA	01 NOV 2001
<del>BELI</del> FAKULTAS	
No. BUKU	FE-11 Soe Pt-1
KOP KE	1 (satu)

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA**

**2000**

**PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN TENTANG STRATEGI HARGA  
DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**TAPE MOBIL PADA PT KEDUNGSARI AUDIO**



**SKRIPSI**  
Diajukan kepada  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA**  
Untuk memenuhi sebagian persyaratan  
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi  
Bidang Studi Manajemen

**OLEH:**

**SOEDARMONO**

**3103096110**

**JURUSAN MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA**

**SURABAYA**

**2000**

## LEMBAR PERSETUJUAN

Naskah skripsi berjudul Pengaruh Persepsi Konsumen tentang Strategi Harga dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Tape Mobil Pada PT. Kedungsari Audio yang ditulis oleh Soedarmono telah disetujui dan diterima untuk diajukan ke Tim Penguji.



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Soedarmono', is written over a large, faint watermark of the Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya logo.

**Pembimbing I: Drs. Ec. H. TEMAN KOESMONO, MM**



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Maria Goretti Temengkol', is written over the same large, faint watermark of the Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya logo.

**Pembimbing II: Dra. Ec. MARIA GORETTI TEMENGGOL**

**LEMBAR PENGESAHAN**

Skripsi yang ditulis oleh: Soedarmono      NRP: 3103096110

Telah disetujui pada tanggal ..... Dan dinyatakan LULUS oleh

Ketua Tim Penguji:

Mengetahui:

Dekan,

Ketua Jurusan,



Drs.SIMON HARIYANTO,AK

Drs. AGUS SUNARYANTO,MM

## KATA PENGANTAR

Dengan penuh rasa syukur atas berkat rahmat Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan kekuatan kepada penulis dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini diajukan untuk memperlengkapi syarat-syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Terwujudnya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari usaha dan dorongan serta bantuan dari berbagai pihak. Atas segala usaha, dorongan dan bantuan tersebut pada kesempatan ini penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Drs. Simon Hariyanto, Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec N. Agus Sunaryanto, MM dan Ibu Anna Triwijayati, SE, M. si (Kajur dan Sekjur Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak, Ibu Dosen dan Asisten Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang memberikan bekal pengetahuan kepada penulis selama ini.
4. Bapak Drs Ec. Teman Koesmono, MM dan Ibu M.G. Ety Temengkol sebagai dosen pembimbing yang telah mencurahkan waktu, tenaga dan pikiran dalam



memberikan pengarahan dan bimbingan selama penyusunan skripsi ini.

5. Pimpinan dan segenap karyawan dari PT Kedungsari Audio di Surabaya yang telah memberikan informasi dan data yang sangat diperlukan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Ayah dan ibu tercinta yang telah membantu penulis dengan segala pengorbanan dan dorongan hingga selesainya skripsi ini.
7. Teman-teman dan semua pihak yang telah banyak memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.

Meskipun penulis telah berusaha semaksimal mungkin untuk dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik, tentunya masih ada kekurangan-kekurangan akibat keterbatasan penulis. Karena itu kritik dan saran para pembaca sangat penulis harapkan, sehingga dapat menjadi pengetahuan dan pegangan bagi penulis.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi yang telah disusun ini dapat bermanfaat dan menjadi sumbangan pikiran bagi semua pihak.

Surabaya, Mei 2000

Penulis

## ABSTRAKSI SKRIPSI

“ Pengaruh Persepsi Konsumen Tentang Strategi Harga Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Tape Mobil Pada PT Kedungsari Audio Di Surabaya ”

Di dalam hidupnya, manusia mempunyai berbagai macam kebutuhan antara lain: kebutuhan akan seni musik. Seiring perkembangan jaman, maka dewasa ini banyak muncul perangkat-perangkat audio yang canggih. Sehingga membuka peluang bagi pengusaha yang bergerak dalam bidang audio. Karena banyaknya pengusaha yang terjun dalam bisnis ini dan semakin jelinya konsumen dalam memilih produk, maka PT Kedungsari Audio sebagai salah satu distributor *tape* mobil, harus memahami perilaku konsumen. Ada banyak pertimbangan yang mempengaruhi konsumen dalam membeli, antara lain harga dan kepuasan pelanggan. Berdasarkan hal tersebut, maka tujuan penelitian yang dilakukan penulis adalah: 1). Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh strategi harga dan kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian *tape* mobil pada PT Kedungsari Audio di Surabaya, dan 2). Untuk mengetahui manakah yang dominan pengaruhnya antara strategi harga dan kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian *tape* mobil pada PT Kedungsari Audio di Surabaya.

Dalam melaksanakan penelitian, penulis memperoleh sumber data yang digolongkan menjadi: 1). Data Primer yaitu data yang bersumber dari hasil kuesioner yang dibagikan kepada pelanggan PT Kedungsari Audio. Contohnya: data kuesioner, dan 2). Data Sekunder yaitu data yang bersumber dari data-data milik perusahaan sebagai hasil wawancara penulis dengan pimpinan perusahaan. Contohnya: data sejarah berdirinya perusahaan. Untuk melaksanakan pengolahan data sesuai dengan tujuan penelitian, maka dalam hal ini penulis melakukan pendekatan yaitu melalui teknik Analisis Regresi Linear Berganda yang bertujuan mengukur pengaruh variabel bebas  $X_1$  dan  $X_2$  (Strategi Harga dan Kepuasan Pelanggan) terhadap variabel terikat  $Y$  (Keputusan Pembelian). Rumusnya adalah:

$$\hat{Y} = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2$$

Dari hasil penelitian diperoleh simpulan bahwa Strategi Harga dan kepuasan Pelanggan mempunyai pengaruh terhadap Keputusan Pembelian *tape* mobil pada PT Kedungsari Audio di Surabaya. Namun pengaruh Harga lebih dominan dibandingkan Kepuasan Pelanggan. Oleh karena itu penulis menyarankan PT Kedungsari Audio memperhatikan metode-metode penetapan harga yang bersaing. Selain itu juga memperhatikan harga yang diterapkan oleh pesaing agar konsumen tidak berpindah ke perusahaan Audio yang sejenis. Selain itu harus diperhatikan kebutuhan konsumen agar penjualan meningkat dari tahun ke tahun.

## DAFTAR ISI

	Halaman
Kata Pengantar.....	i
Abstraksi Skripsi.....	iii
Daftar Isi.....	iv
Daftar Tabel.....	vii
Daftar Gambar.....	viii
Daftar lampiran.....	ix
 <b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Permasalahan.....	1
1.2. Perumusan masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
1.5. Sistematika Skripsi.....	5
 <b>BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN</b>	
2.1. Landasan Teori.....	8
2.1.1. Sejarah Perkembangan Marketing.....	8
2.1.2. Pengertian Marketing.....	9
2.1.3. Marketing Mix.....	11
2.1.4. Pengertian Strategi Pemasaran.....	12
2.1.5. Pengertian Strategi Harga.....	17
2.1.5.1. Tujuan penetapan harga.....	19
2.1.5.2. Faktor-faktor pertimbangan dalam penetapan harga..	22
2.1.5.3. Metode penetapan harga.....	25
2.1.6. Kepuasan Pelanggan.....	30
2.1.6.1. Pengertian kepuasan pelanggan.....	30
2.1.6.2. Konsep kepuasan pelanggan.....	30
2.1.6.3. Strategi kepuasan pelanggan.....	32
2.1.7. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	35
2.1.8. Hubungan Antara Strategi Harga dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian.....	37



2.2. Hipotesis.....	37
2.3. Model Analisis.....	38

### BAB 3 METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian.....	39
3.2. Identifikasi Variabel.....	39
3.3. Definisi Operasional.....	40
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	42
3.4.1. Jenis data.....	42
3.4.2. Sumber data.....	42
3.5. Pengukuran Data.....	43
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	43
3.7. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	44
3.7.1. Populasi dan sampel.....	44
3.7.2. Teknik pengambilan sampel.....	46
3.8. Teknik Pengambilan Data.....	46
3.9. Teknik Analisis Data.....	46
3.10. Prosedur Pengujian Hipotesis.....	51

### BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	53
4.1.1. Sejarah singkat perusahaan.....	53
4.1.2. Struktur organisasi.....	54
4.1.3. Kebijakan pemasaran.....	56
4.1.3.1. Kebijakan produk.....	56
4.1.3.2. Kebijakan harga.....	56
4.1.3.3. Kebijakan promosi.....	57
4.1.3.4. Kebijakan saluran distribusi.....	57
4.1.4. Kondisi Persaingan.....	59
4.1.5. Bentuk-bentuk Pelayanan.....	60
4.2. Deskripsi Hasil Penelitian.....	60
4.2.1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	61
4.2.2. Karakteristik responden berdasarkan usia.....	62
4.2.3. Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan.....	63
4.2.4. karakteristik responden berdasarkan pekerjaan/profesi.....	63
4.2.5. Karakteristik responden berdasarkan tingkat penghasilan bruto.....	64
4.2.6. Karakteristik responden berdasarkan frekuensi pembelian.....	64
4.3. Analisis Data.....	65
4.4. Pembahasan.....	72

## BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan.....	74
5.2. Saran.....	75



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. Kelompok Jenis Kelamin Konsumen.....	62
Tabel 4.2. Kelompok Usia Konsumen.....	62
Tabel 4.3. Kelompok Tingkat Pendidikan Konsumen.....	63
Tabel 4.4. Kelompok Jenis Pekerjaan/profesi Konsumen.....	63
Tabel 4.5. Kelompok Tingkat Penghasilan Bruto Konsumen.....	64
Tabel 4.6. Kelompok Frekuensi Pembelian Konsumen.....	65
Tabel 4.7. Hasil Perhitungan Hubungan secara Simultan atau Keseluruhan.....	67
Tabel 4.8. Hubungan Regresi Antara Variabel Bebas dan Variabel Terikat Dengan Penerapan Model Linier.....	69

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Konsep Inti Pemasaran.....	11
Gambar 2.2. Konsep Kepuasan Pelanggan.....	33
Gambar 4.1. Struktur Organisasi “PT Kedungsari Audio” .....	55
Gambar 4.2. Saluran Distribusi “PT Kedungsari Audio”.....	58
Gambar 4.3. Distribusi Kriteria Penerimaan/Penolakan Hipotesis Secara Simultan.....	68
Gambar 4.4. Distribusi Daerah Penerimaan/Penolakan Hipotesis Variabel Harga ( $X_1$ ).....	70
Gambar 4.5. Distribusi Daerah Penerimaan/Penolakan Hipotesis Variabel Kepuasan Pelanggan ( $X_2$ ).....	72



## DAFTAR LAMPIRAN

Nomor

1. Hasil Perhitungan SPSS
2. Tabel F-test
3. Tabel T-test
4. Daftar Kuesioner
5. Hasil Jawaban Kuesioner

