

No. DAFTAR FPIPS. 390/H40.2.3.2/PL/2008

**PENGARUH HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK RADIO TAPE SHARP**
(Survei Pada Konsumen Radio Tape Sharp Pada Toko Elektronik Di Kec.
Plumbon, Kab. Cirebon)

SKRIPSI

**Dijjukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Menempuh Ujian Sidang Sarjana Pendidikan
Program Studi Pendidikan Manajemen Bisnis
Jurusan Pendidikan Ekonomi**



Oleh

PRIMADANU WICAKSONO

033416

**FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2008**



LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK RADIO TAPE SHARP**
(Survei Pada Konsumen Radio Tape Sharp Pada Toko Elektronik Di Kec. Plumbon,
Kab. Cirebon)

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh:

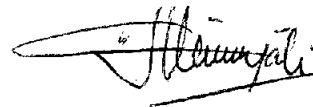
4/8/08
uzay

Pembimbing I

Dr. H. Agus Rahayu, M.Si

NIP. 131 664 382

Pembimbing II

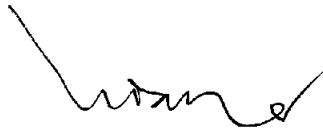


Hj. Sumiyati, SE., M.Si

NIP. 131 662 489

Mengetahui

Ketua Jurusan
Pendidikan Ekonomi
FPiPS Universitas Pendidikan Indonesia



Dr. H. Edi Suryadi, M. Si

NIP. 131 626 694

Ketua Program
Studi Pendidikan Tata Niaga/
Manajemen Bisnis



Dr. Ratih Hurriyati, M.Si

NIP. 132 044 284

Tanggung Jawab Yuridis Ada Pada Penulis



Primadanu Wicaksono

NIM. 033416



ABSTRAK

Primadanu Wicaksono, "Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Radio Tape Merek Sharp" (Survei Pada Konsumen Radio Tape Sharp Pada Toko Elektronik Di Kec. Plumbon, Kab. Cirebon). Di bawah bimbingan Dr. H. Agus Rahayu, M.Si. dan Hj. Sumiyati, SE., M.Si.

Pada masa sekarang persaingan industri elektronik sangatlah ketat, dapat dilihat dari banyak dan berkembangnya perusahaan elektronik yang berusaha masuk ke dalam pasar dan mencoba merebut pangsa pasar industri elektronik dengan produk-produk baru yang menawarkan berbagai keunggulan dan kualitas produk. Perkembangan ini juga terjadi dalam kategori Audio khususnya industri radio tape, inovasi-inovasi yang dikembangkan oleh perusahaan elektronik Audio di Indonesia membuat pangsa pasar produk Audio bergerak dinamis.

Adanya indikasi penurunan *Market Share* khususnya pada produk Radio Tape yang mengakibatkan penurunan volume penjualan. Salah satunya disebabkan oleh harga jual yang ditetapkan dirasa terlalu mahal oleh konsumen Untuk meningkatkan penjualan dan *Market Share*, strategi yang dilaksanakan salah satunya dengan penerapan harga produk, strategi ini di dasari oleh perkembangan yang sedang terjadi di Indonesia. Dimana konsumen akan memutuskan untuk membeli suatu produk Radio Tape dengan harga murah.

Berdasarkan uraian diatas, maka diadakan penelitian mengenai pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk radio tape Sharp.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tanggapan responden mengenai harga, tanggapan mengenai keputusan pembelian, dan seberapa besar pengaruh harga produk terhadap keputusan pembelian radio tape merek Sharp. objek penelitian ini adalah mengenai harga dan keputusan pembelian. Kegunaan penelitian ini untuk kepentingan akademis yaitu memperluas kajian ilmu pemasaran dan kepentingan praktis yaitu sebagai bahan masukan bagi pihak manajemen PT.Sharp Electronic Indonesia. Dalam penelitian ini jumlah sampel yang mewakili populasi adalah 60 orang yaitu konsumen radio tape Sharp pada toko elektronik di Kec. Plumbon, Kab. Cirebon.. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *deskriptif survey* dan *explanatory survey*. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder yang dikumpulkan melalui observasi, studi kepustakaan, dan angket. Untuk mengukur seberapa besar pengaruh kedua variabel tersebut digunakan teknik analisis regresi linier sederhana. sedangkan pengolahan data menggunakan analisis regresi sederhana melalui bantuan program SPSS 12 for Windows.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara harga produk terhadap keputusan pembelian radio tape merek Sharp sebesar 43,3%, dan sisanya sebesar 56,7% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci : Harga, Keputusan pembelian



ABSTRACT

Primadanu Wicaksono, "The Influence Of The Price To Decision Of Purchasing Radio Tape Sharp Brand Product" (Survei Of Sharp Radio Tape Customer At Electronic Shop In Distric of Plumbon-Cirebon). Under Lecturer tuition of Dr. H. Agus Rahayu, M.Si. and Lecturer of Hj. Sumiyati SE.,M,Si.

Nowdays the competition of electronic industries is very strong. It can be seen from the development of electronic factories that effort to master the electronic industries trade which is bargaining of good new things. It is happened at audio categories especially radio tape product that caused factory innovations in Indonesia goes dinamisly.

The decreasing of market share especially radio tape that caused the decreasing of selling account and market share, one of the done strategy is the fitting of the product price. It is based on the happened development in Indonesia that customer will decide to purchase the cheeper radio tape product.

Based on the explanation above, we can do the experiment about the influence of price to the decision of purchasing Sharp radio tape product.

It means to know the responses of respondent about the price, the purchasing decision, and the amount of price influence to the decision of the purchasing Sharp radio tape.

The object are price and decision of purchasing. It is used academic necessary to eiden the marketing knowledge nad practice necessary as informations for the management of PT.Sharp Electronic Indonesia.

There are 60 people as example in this survey who has radio tape customer at electronic shop in district of Plumbon-Cirebon. Method that is used are descriptive and explanatory surveys. The data are primer and secunder data which to know about the influence of the both variables, we use simple regression linier analysis, but the manufacturing of datas used simple regression analysis by *SPSS 12 for windows*.

The result faces that the important influence between the product price to the purchasing decision of Sharp radio tape is 43,3%, and 56,7% is influenced by the other factors.

Keyword: Price, Purchasing decision





Skripsi ini diuji pada:

Hari/Tanggal : 27 Agustus 2008
Waktu : 08.00 s.d selesai
Tempat : Lab. Tata Niaga Jurusan Pendidikan Ekonomi
Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Universitas Pendidikan Indonesia

Panitia ujian terdiri dari :

1. Ketua : Prof. Dr. H. Suwarna Al Muchtar, SH., M.Pd.
2. Sekretaris : Dr. H. Edi Suryadi, M.Si.
3. Anggota : Dr. H. Aim Abdulkarim, M.Pd. (Pembantu Dekan I)
Dr. Ratih Hurriyati, M.Si. (Ketua Program)
4. Penguji I : Dr. B. Lena Nuryanti, M. Pd.
5. Penguji II : Dr. Lili Adi Wibowo, S.Sos, S.Pd, MM.
6. Penguji III : Rozmita Dewi Yuniarti, S.Pd., M.Si.



*Allah telah mengangkat orang-orang yang beriman dari golongan kamu, dan begitu pula orang yang dikaruniai ilmu pengetahuan beberapa derajat.
(QS Al-Mujadalah Ayat 11)*

*"Barang siapa yang bepergian untuk menuntut ilmu pengetahuan, dipermudah jalannya ke surga. Kelebihan orang berilmu dan orang beribadat adalah seperti kelebihan bulan purnama dan segala bintang-bintangnya di langit"
(Hadist Rasulullah SAW)*

Dengan mengucap syukur alhamdulillah, kusuguhkan karya tulis ini sebagai salah satu wujud rasa syukur atas curahan cinta dan rahmatnya serta sebagai salah satu wujud bakti kepada kedua orang tua ku yang senantiasa mungkin mengiringiku dengan penuh kasih sayang, perhatian, semangat, dan lantunan doa serta teruntuk adikku Bayu Sophianto dan Dian Budi .R, serta sahabat tercinta.

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan Kehadirat Allah SWT yang atas Qudrah Iradah-Nya telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga senantiasa terlimpah curahkan kepada junjungan yang mulia Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya, sahabatnya dan umatnya sampai akhir zaman. Skripsi ini berjudul **Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Radio Tape Sharp** (Survei Pada Konsumen Radio Tape Sharp Pada Toko Elektronik Di Kec.Plumbon, Kab. Cirebon).

Skripsi ini disusun untuk mengetahui dan mengkaji mengenai harga dan keputusan pembelian radio tape Sharp serta seberapa besar pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk radio tape Sharp.

Dalam penulisan skripsi ini penulis telah berusaha dengan sebaik-baiknya dan semaksimal mungkin. Akan tetapi jika terdapat kekurangan dan kesalahan, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan skripsi ini. Namun demikian, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat serta menjadi sumbangan yang berarti bagi kemajuan pendidikan.

Bandung, Agustus 2008

Primadanu Wicaksono



UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan Syukur penulis panjatkan kehadiran Illahi Robbi yang telah memberikan nikmat sehat dan nikmat iman sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian, karena penelitian ini tidak akan terwujud tanpa pertolongan-Nya. Pada kesempatan ini penulis juga mengucapkan terima kasih yang sangat dalam dan penghargaan setinggi-tingginya kepada pihak-pihak yang membantu penyelesaian skripsi ini khususnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Sunaryo Kartadinata, M.Pd. selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Bapak Prof. Dr. H. Suwarma Al Muchtar, SH, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia.
3. Bapak Dr. H. Edi Suryadi, M.Si. selaku Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi FPIPS Universitas Pendidikan Indonesia.
4. Ibu Dr. Ratih Hurriyati, M.Si. selaku Ketua Program Studi Pendidikan Manajemen Bisnis Jurusan Pendidikan Ekonomi FPIPS Universitas Pendidikan Indonesia
5. Bapak Drs. H. Hari Mulyadi M.Si selaku Ketua Tim Pengembangan Penulisan Skripsi.
6. Bapak Dr. H. Agus Rahayu M.Si. selaku Pembimbing I, yang telah memberikan pengalaman yang berharga bagi penulis dan senantiasa membimbing serta dengan kesabaran dan ketelitian serta meluangkan waktu,

- tenaga, dan pikiran di tengah kesibukan beliau sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Ibu Hj. Sumiyati, SE., M.Si. selaku Pembimbing II telah membimbing serta memberikan pengarahan, kemudahan, dan kelancaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
 8. Bapak Dr. Lili Adi Wibowo, S.Sos., S.Pd., MM. selaku sekretaris Tim Pengembangan Penulisan Skripsi yang telah berbaik hati membimbing penulis selama pembuatan proposal skripsi.
 9. Segenap Dosen dan Staf Program Studi Pendidikan Manajemen Bisnis yang telah memberikan bimbingan dan bantuan bagi penulis dalam menyelesaikan studi di Universitas Pendidikan Indonesia.
 10. Adiku Bayu Sophianto dan Dian Budi Raharjo (Ragil) beserta semua keponakanku. Atas dukungannya baik moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
 11. Sahabat setiaiku dari Pendidikan Manajemen Bisnis Angkatan 2003 yang telah mendahului menjadi sarjana yang telah menjadi teman dalam suka dan duka.
 12. Sahabat seperjuangan Priyat Gusmanto, Irhamni, Supriyatno, Rudi. I, Ari. I dan Advent. P, Dicky. I, Erwin. H, Antonius. K, Andri.I, yang selalu bersama dalam suka maupun duka atas bantuan dan dukungan selama penulis menyelesaikan skripsi.
 13. Rekan-rekan Manajemen Bisnis angkatan 2003, 2005 dan 2006 atas kebersamaan selama kuliah dengan segala situasi dan kondisi yang telah kita

lalui bersama. Semoga di masa depan kita bisa mengaplikasikan ilmu yang telah kita peroleh.

14. Untuk Nurul, Nana. S, dan teman-teman sepermainan yang selalu mencurahkan perhatian dan dorongan pada penulis untuk dapat menyelesaikan penulisan skripsi.

15. Untuk teman spesial yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas dukungan dan doanya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi.

Akhirnya sembah dan bakti penulis sampaikan kepada Ayahku tercinta Lilik Subagyo, S.Pd dan Ibuku Tersayang Tri Ruwahini, SH, terimalah persembahan amal bakti Anakmu ini, buah dari perjuangan dan kesungguhan dalam menuntut ilmu untuk mendapat Ridho-Nya. Untuk Adik-adikku tercinta penulis ucapkan terima kasih atas dukungan, perhatian, motivasi dan kasih sayang selama penyusunan skripsi ini. Untuk keluarga besar Ibu Carsiti yang telah berjasa amat besar sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi. Tak lupa penulis haturkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT memberikan balasan atas kemurahan dan amal baik. Amin.

Bandung, Agustus 2008

Primadanu Wicaksono



DAFTAR ISI

| | |
|---|-----|
| LEMBAR PENGESAHAN | |
| ABSTRAK | i |
| ABSTRACT | ii |
| HALAMAN KEPANITIAAN | iii |
| HALAMAN KATA MUTIARA..... | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| UCAPAN TERIMA KASIH..... | vi |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian | 1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah | 7 |
| 1.3 Rumusan Masalah | 10 |
| 1.4 Tujuan Penelitian | 10 |
| 1.5 Kegunaan Penelitian..... | 11 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS | 12 |
| 2.1 KAJIAN PUSTAKA | 12 |
| 2.1.1 Harga | 12 |
| A. Pengertian Harga..... | 12 |
| B. Peranan Harga | 15 |
| C. Penetapan Harga..... | 17 |
| D. Dimensi Strategis Harga | 20 |
| E. Harga Berdasarkan Pandangan Konsumen | 23 |
| F. Harga Referensi..... | 25 |
| G. <i>Price Awareness dan Price Consciousness</i> | 27 |
| H. Persepsi Harga..... | 28 |
| 2.1.2 Keputusan Pembelian..... | 30 |
| A. Pengertian Keputusan Pembelian..... | 30 |
| B. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen..... | 30 |
| C. Tahapan Dalam Pengambilan Keputusan | 38 |
| 2.1.3 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian..... | 51 |
| 2.2 KERANGKA PEMIKIRAN | 52 |
| 2.3 HIPOTESIS..... | 62 |
| BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN | 63 |
| 3.1 Objek Penelitian | 63 |
| 3.2 Metode Penelitian..... | 63 |
| 3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode Penelitian..... | 63 |
| A. Jenis Penelitian..... | 63 |
| B. Metode Penelitian..... | 64 |
| 3.2.2 Operasionalisasi Variabel..... | 65 |
| 3.2.3 Jenis Dan Sumber Data | 68 |

| | |
|---|-----------|
| 3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling..... | 69 |
| A. Populasi | 69 |
| B. Sampel | 70 |
| C. Teknik Penarikan Sampel..... | 72 |
| 3.2.5 Teknik Pengumpulan Data..... | 75 |
| A. Teknik Pengumpulan Data | 75 |
| B. Skala Pengukuran Variabel | 76 |
| 3.2.6 Pengujian Validitas Dan Reliabilitas | 77 |
| A. Validitas | 77 |
| B. Reliabilitas | 78 |
| C. Hasil Pengujian Validitas Dan Reliabilitas..... | 81 |
| 3.2.7 Teknik Analisis Data..... | 84 |
| A. Analisis Regresi Linier Sederhana..... | 87 |
| B. Rancangan Uji Hipotesis..... | 89 |
| C. Software Statistik SPSS 12 For Window | 90 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 91 |
| 4.1 Hasil Penelitian | 91 |
| 4.1.1 Profil Responden..... | 91 |
| A. Karakteristik Responden Berdasarkan Demografis | 91 |
| a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 91 |
| b. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkatan Usia..... | 93 |
| c. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan..... | 94 |
| d. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir..... | 96 |
| e. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan | 97 |
| B. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman..... | 99 |
| a. Tanggapan Mengenai Alasan Pembelian Radio Tape Sharp | 99 |
| 4.1.2 Pelaksanaan/Gambaran Variabel Harga..... | 100 |
| 1. Tanggapan Responden Mengenai <i>Perceived Benefit</i> | 101 |
| 2. Tanggapan Responden Mengenai Kesesuaian Harga | 107 |
| 3. Tanggapan Responden Mengenai Daya Beli | 110 |
| 4. Tanggapan Responden Mengenai Perbandingan Harga Dengan Produk Pesaing | 113 |
| 4.1.3 Pelaksanaan/Gambaran Variabel Keputusan Pembelian | 117 |
| 1. Tanggapan Responden Mengenai Pemilihan Produk | 118 |

| | |
|---|------------|
| 1. Tanggapan Responden Mengenai Pemilihan Merek..... | 121 |
| 2. Tanggapan Responden Mengenai Pemilihan Penyalur..... | 124 |
| 3. Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian Berdasarkan Pengaruh Sosial | 127 |
| 4.1.4 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian..... | 130 |
| 4.1.5 Pengujian Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian..... | 131 |
| 4.2 Pembahasan Penelitian..... | 134 |
| 4.2.1 Pembahasan Penelitian Mengenai Pelaksanaan Gambaran Variabel Harga | 134 |
| 4.2.2 Pembahasan Penelitian Mengenai Pelaksanaan Gambaran Variabel Keputusan Pembelian | 138 |
| 4.2.3 Pembahasan Penelitian Mengenai Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian..... | 141 |
| 4.3 Implikasi Hasil Penelitian Dalam Pendidikan Manajemen Bisnis..... | 143 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 151 |
| 5.1 Kesimpulan | 151 |
| 5.2 Rekomendasi | 152 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 154 |
| LAMPIRAN..... | xiv |
| Instrumen Penelitian | |
| Riwayat Hidup | |
| Koding Dan Hasil Penelitian | |



DAFTAR TABEL

| | |
|---|-----|
| Tabel 1.1 Pangsa Pasar Produk Radio Tape Di Indonesia | 1 |
| Tabel 1.2 Volume Penjualan Radio Tape Secara Nasional..... | 2 |
| Tabel 1.3 Hasil Penjualan Produk Radio Tape Sharp Pada Toko Elektronik Di.Kec. Plumbon, Kab. Cirebon (Jan-April 2008)..... | 4 |
| Tabel 1.4 Tipe Dan Harga Produk Radio Tape Pada Toko ELelektronik Di Kec. Plumbon, Kab.Cirebon | 5 |
| Tabel 2.1 Pengertian Harga Dari Para Ahli | 12 |
| Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel | 66 |
| Tabel 3.2 Jenis Dan Sumber Data | 69 |
| Tabel 3.3 Populasi Obyek Penelitian | 70 |
| Tabel 3.4 Penyebaran Proporsi Sampel | 75 |
| Tabel 3.5 Pernyataan Skala Likert | 76 |
| Tabel 3.6 Koefisien Korelasi..... | 80 |
| Tabel 3.7 Hasil Pengujian Validitas Harga | 82 |
| Tabel 3.8 Hasil Pengujian Validitas Keputusan Pembelian..... | 83 |
| Tabel 3.9 Hasil Pengujian Reliabilitas..... | 84 |
| Tabel 4.0 Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Responden..... | 85 |
| Tabel 4.1 Pedoman Untuk Klasifikasi Pengujian Pengaruh | 89 |
| Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin | 92 |
| Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Tingkatan Usia | 93 |
| Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Penghasilan Per Bulan..... | 94 |
| Tabel 4.5 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan..... | 96 |
| Tabel 4.6 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan | 98 |
| Tabel 4.7 Karakteristik Berdasarkan Pengalaman Responden | 99 |
| Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai <i>Perceived Benefit</i> | 102 |
| Tabel 4.9 Skor Ideal <i>Perceived Benefit</i> | 106 |
| Tabel 5.0 Tanggapan Responden Mengenai Kesesuaian Harga | 106 |
| Tabel 5.1 Skor Ideal Mengenai Kesesuaian Harga | 110 |
| Tabel 5.2 Tanggapan Responden Mengenai Daya Beli | 110 |
| Tabel 5.3 Skor Ideal Mengenai Daya Beli | 113 |
| Tabel 5.4 Tanggapan Responden Mengenai Perbandingan Harga Radio Tape Sharp Dibandingkan Dengan Harga Pesaing | 113 |
| Tabel 5.5 Tanggapan Responden Mengenai Radio Tape Sharp Lebih Murah Dibandingkan Merek Lain..... | 115 |
| Tabel 5.6 Skor Ideal Mengenai Perbandingan Harga Dengan Produk Pesaing | 116 |
| Tabel 5.7 Tanggapan Responden Mengenai Pemilihan Produk | 118 |
| Tabel 5.8 Skor Ideal Mengenai Pemilihan Produk | 121 |
| Tabel 5.9 Tanggapan Responden Mengenai Pemilihan Merek | 121 |
| Tabel 6.0 Skor Ideal Mengenai Pemilihan Merek | 124 |
| Tabel 6.1 Tanggapan Repsonden Mengenai Pemilihan Penyalur..... | 124 |
| Tabel 6.2 Skor Ideal Mengenai Pemilihan Penyalur..... | 126 |
| Tabel 6.3 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian Berdasarkan Pengaruh Sosial..... | 127 |

| | |
|--|-----|
| Tabel 6.4 Skor Ideal Mengenai Pengaruh Sosial | 130 |
| Tabel 6.5 Output Nilai Pengaruh Antara Harga Terhadap Keputusan Pembelian Radio Tape Sharp..... | 131 |
| Tabel 6.6 Output Koefisien Regresi..... | 132 |
| Tabel 6.7 Rekapitulasi Kinerja Harga..... | 134 |
| Tabel 6.8 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga | 135 |
| Tabel 6.9 Rekapitulasi Kinerja Keputusan Pembelian..... | 138 |
| Tabel 7.0 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian | 139 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|-----|
| Gambar 2.1 Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen..... | 31 |
| Gambar 2.2 Model Keputusan Pembelian | 36 |
| Gambar 2.3 Tahapan Proses Pengambilan Keputusan..... | 38 |
| Gambar 2.4 Tahapan Antara Evaluasi Alternatif Dan Keputusan Pembelian | 48 |
| Gambar 2.5 Perilaku Konsumen Menurut Kotler Dan Armstrong..... | 49 |
| Gambar 2.6 Kerangka Pemikiran Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian..... | 61 |
| Gambar 2.7 Paradigma Penelitian..... | 62 |
| Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 92 |
| Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkatan Usia..... | 94 |
| Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan..... | 95 |
| Gambar 4.4 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendidikan Terakhir | 96 |
| Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan | 98 |
| Gambar 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman..... | 100 |
| Gambar 4.7 Tanggapan Responden Mengenai <i>Perceived Benefit</i> | 105 |
| Gambar 4.8 Tanggapan Responden Mengenai Kesesuaian Harga | 109 |
| Gambar 4.9 Tanggapan Responden Mengenai Daya Beli | 112 |
| Gambar 5.0 Tanggapan Responden Mengenai Perbandingan Harga Dengan Produk Pesaing | 115 |
| Gambar 5.1 Tanggapan Responden Mengenai Pemilihan Produk..... | 120 |
| Gambar 5.2 Tanggapan Responden Mengenai Pemilihan Merek..... | 122 |
| Gambar 5.3 Tanggapan Responden Mengenai Pemilihan Penyalur..... | 125 |
| Gambar 5.4 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian Berdasarkan Pengaruh Sosial..... | 129 |
| Gambar 5.5 Diagram Garis Linear..... | 132 |



DAFTAR PUSTAKA

- Buchari Alma, (2004), **Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa**, Bandung, Alfabeta.
- _____, (2004), **Kewirausahaan Edisi Revisi**, Bandung, Alfabeta.
- _____, (2007), **Manajemen Bisnis Berbasis Hasil Penelitian**, Bandung, Alfabeta.
- Cravens W. David, (2000), **Pemasaran Strategis (Jilid 2)**, Jakarta, Erlangga.
- Darmadi Durianto, (2001), **Strategi Menaklukkan Pasar**, Jakarta, Gramedia
- Djaslim Saladin, (2001), **Intisari Pemasaran dan Unsur-Unsur Pemasaran**, Bandung, Linda Karya
- Fandy Tjiptono, (2005), **Strategi Pemasaran**, Yogyakarta, Andi
- _____, (2005), **Strategi Pemasaran Jilid II**, Yogyakarta, Andi
- Harun Al Rasyid, (1994), **Teknik Penarikan Sample dan Pengukuran Skala**, Bandung, Pasca Sarjana UNPAD
- Husein Umar, (2002), **Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi dan Tesis Bisnis**, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Komaruddin Sastradipoera, (2003). **Menejemen Marketing**. Bandung:Kappa-Sigma
- Kotler & Amstrong, (2006), **Principles of Marketing**, New Jersey, Pearson International Edition
- Kotler & Keller, (2006), Terjemahan Benyamin Molan (2007), **Manajemen Pemasaran (Edisi Keduabelas Jilid 2)**, Jakarta, PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip, (2003), Terjemahan Benyamin Molan (2005), **Manajemen Pemasaran (Edisi Kesebelas Jilid 1)**, Jakarta, PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- _____, (2003), Terjemahan Benyamin Molan (2005), **Manajemen Pemasaran (Edisi Kesebelas Jilid 2)**, Jakarta, PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Moh. Nasir, (2003), **Metode Penelitian**, Jakarta, Ghalia Indonesia.

- Ratih Hurriyati, (2005), **Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen**, Bandung, Alfabeta
- Suharsimi Arikunto, (2002), **Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek**, Jakarta, Rineka Cipta.
- Sugiyono, (2007), **Metode Penelitian Administratif**, Bandung, Alfabeta
- Sutisna, (2002), **Perilaku Konsumen**, Bandung, Rosda Karya
- Ujang Suwarnam, (2004), **Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran**, Ghalia Indonesia
- Zeithaml, Valarie A. and Mary Jo Bitner, (2000), *Services Marketing*, Irwin Mc Graw-Hill Boston.

Majalah dan Website :

Majalah SWA No.15/XXII/2007

Majalah Swa No.21/XXII/2007

Majalah Marketing Edisi Khusus/1/2007

Majalah Marketing Edisi Khusus/1/2008

www.Swa.co.id

www.Marketing.co.id

Jurnal :

Isman Pepardi (2002), Pricing Is The Moment Of Truth: All Marketing Comes To Focus In The Pricing Decision.

Leli deswinda (2007), Kecepatan Tingkat Penerimaan dan Perilaku Konsumen Terhadap Produk Lama Yang Mengalami Perubahan Dan Produk Inovasi Baru Dalam Memasuki Dan Merebut Pasar.

