PRICING

Kaitan harga dengan aspek-aspek lain :

- Berkaitan dengan tujuan memaksimalkan laba
- Berkaitan dengan pelanggan
- Berkaitan dengan pasar dan persangan
- Berkaitan dengan pengadaan merchandise
- Berkaitan dengan citra kualitas
- Berkaitan dengan merek yang berbeda
- Berkaitan dengan hukum dan peraturan

PRICING

Faktor-faktor dalam penetapan strategi harga :

- Tujuan penetapan harga
- Kebijakan
- Straegi harga :

  - Orientasi demand
  - Orientasi biaya
  - Orentasi persaingan
  - Integrasi ketiga orientasi

PRICING

Implementasi Strategi Harga :

- **Penetapan harga secara *customer* dan *variable***

  Customary pricing : harga yang tetap- tidak aan dubah umtuk periode tertentu.

  Variable pricing : harga yang ditetapkan secara variatif sesuai dengan fluktuasi tingkat permintaan konsumen.

- **Penetapan harga ganji*l*:** harga jual dengan angka tidak bulat.
- ***Leader pricing* :** penetpan harga di mana profit margin nya lebih rendah daripada tingkat yang biasa di raih. Disebut leadre pricing karena hanya market leder yang berabi menetapkan profit margin lebih rendah yang akan dikompensasikan dengan volume pejualan yang tinggi.
- ***Penetapan harga paket* :** harga yang di diskon untuk penjualan lebih dari satu unit per item-nya.
- ***Price lining (harga bertingkat) :*** penetapan harga secra bertingkat dengan batas bawah dan batas atas tertentu.