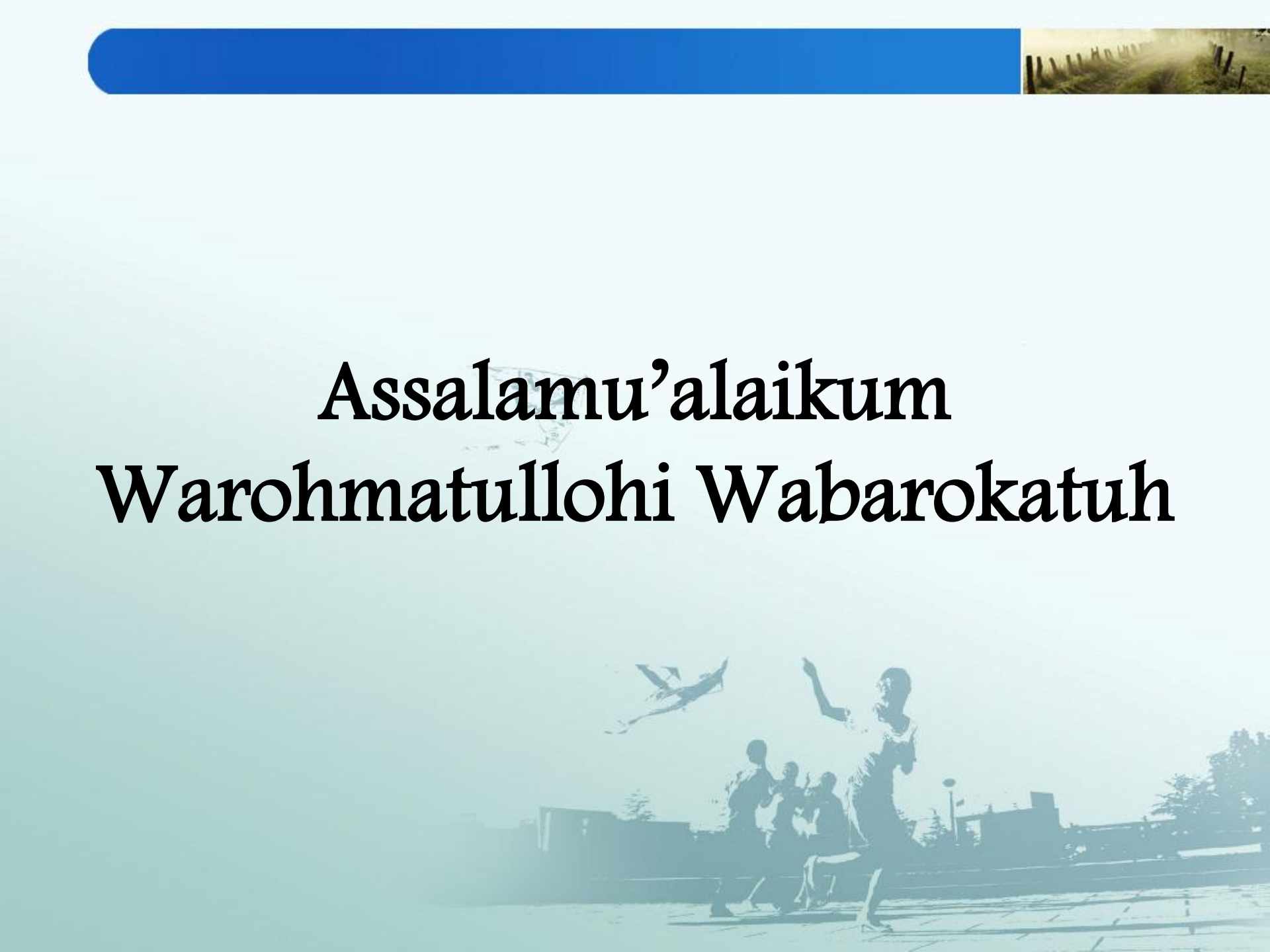
Assalamu'alaikum Warohmatullohi Wabarokatuh



Terima Kasih Kepada Yang Terhormat :

Dosen Pembimbing :
Bapak Rizki Zulfikar, SE., M.Si

Dosen Penguji :
Ibu Dra. Rahma Wahdiniwaty,M.Si
Ibu Raeny Dwisanty, SE.,M.Si



SKRIPSI

PENGARUH PENETAPAN HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *FURNITURE* OLYMPIC (SURVEY PADA CV. SUKA DAMAI SOREANG)

Oleh :

RIYANTO

21207063

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

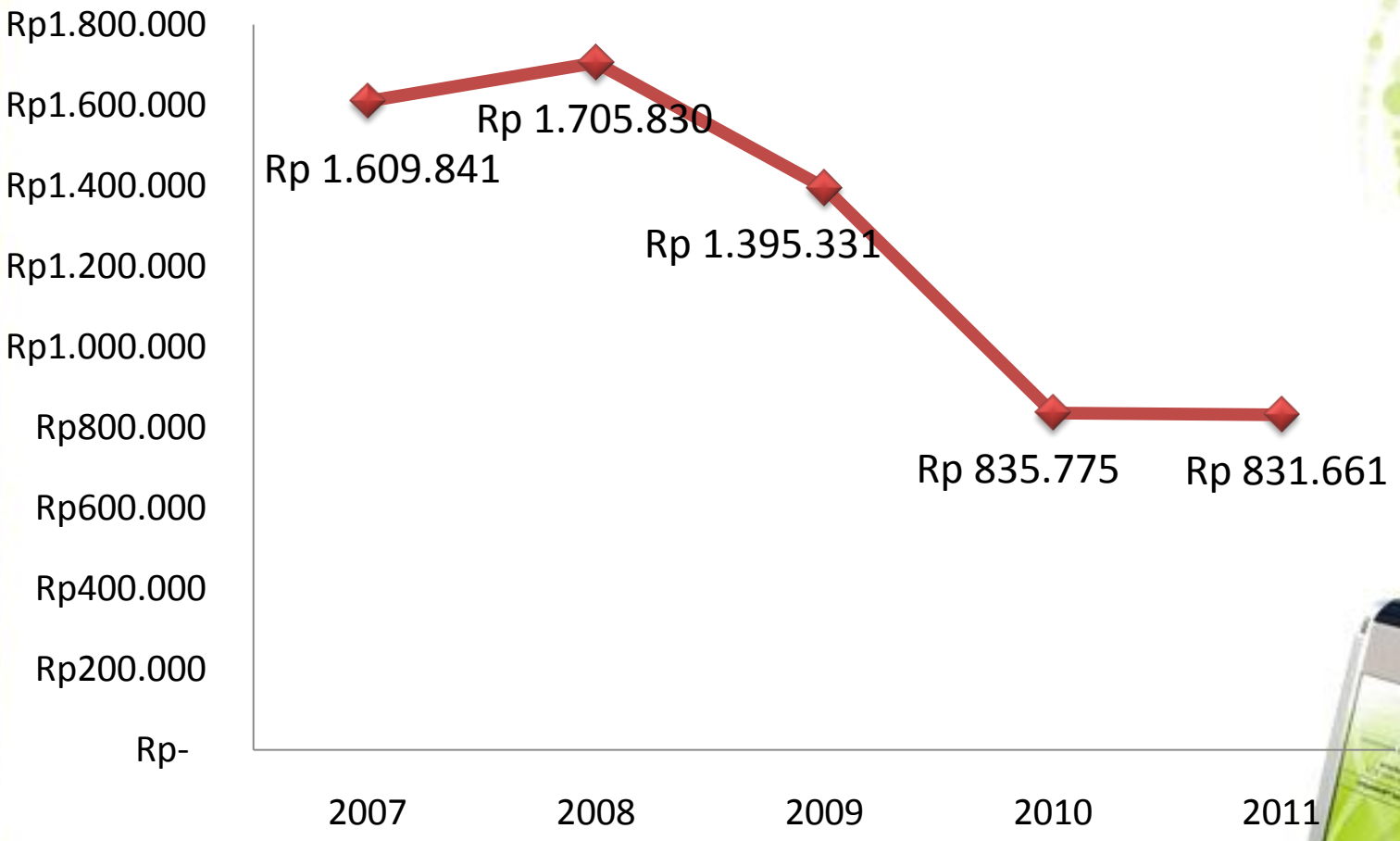
UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA

BANDUNG

2012



Omset Penjualan *Furniture* Olympic CV. Suka Damai Soreang (Dalam Ribuan)





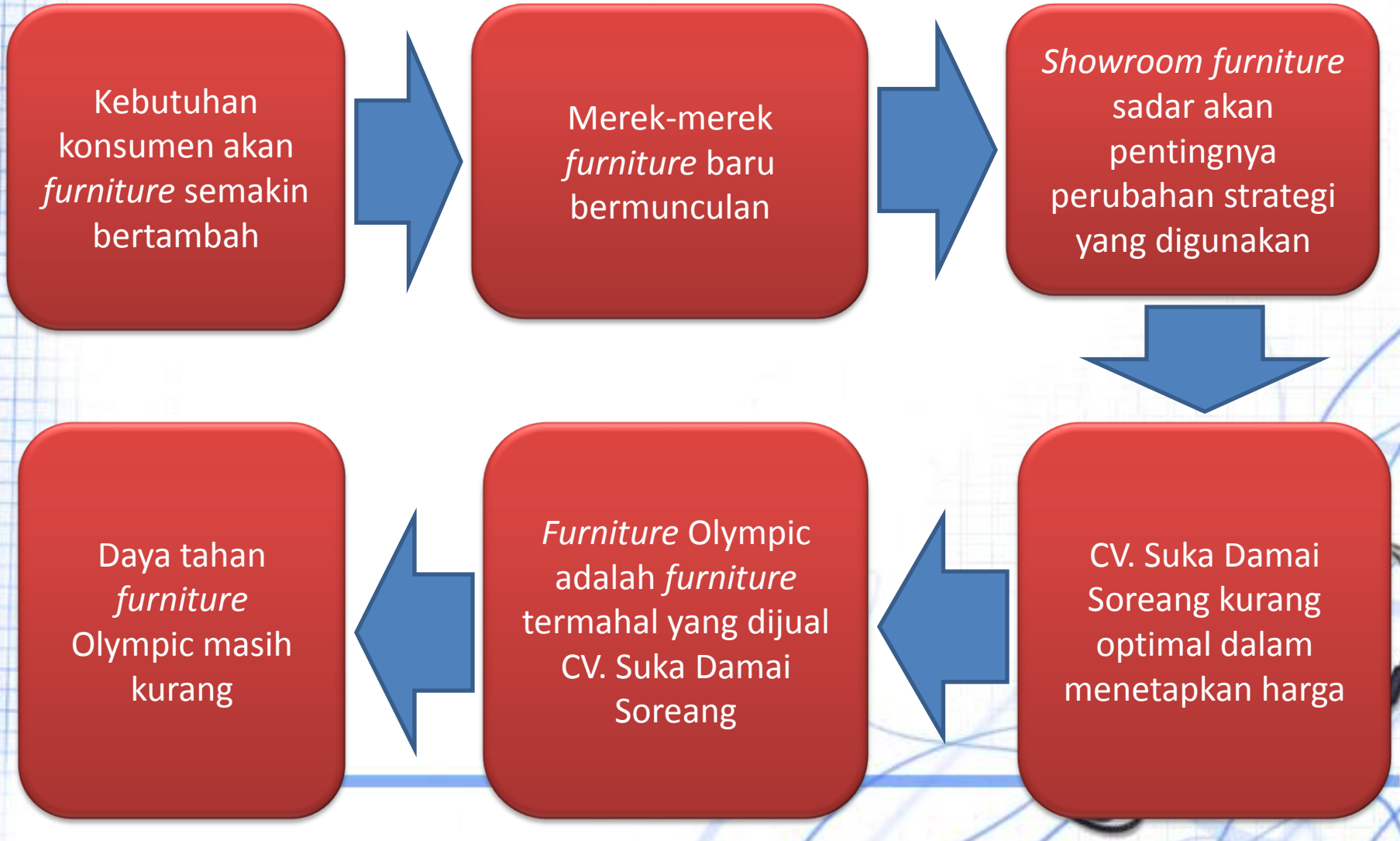
TOP BRAND AWARD							
2009		**2010**		**2011**		**2012**	
MEREK	TBI	MEREK	TBI	MEREK	TBI	MEREK	TBI
Olympic	70,1 %	Olympic	70,5 %	Olympic	80,4 %	Olympic	75,1%
Ligna	7,4 %	Ligna	8,8 %	Ligna	5,6 %	Ligna	7,4%
Solid	4,3 %	Solid	2,6 %	Solid	3,0 %	Solid	4,4%
		Olympia	1,9 %	Olympia	1,3 %	Family	1,8%

Kerusakan Furniture Olympic

Tanggal	Nama Pelanggan	Alamat	Kode/Nama Barang	Keterangan
23-05-2011	Bp. Dono/Ibu Ida	Kp. Jatisari	KAD 010880	Macet
25-05-2011	Ibu Ipah/Bp. Asep	Kp. Ciputat	Lemari Kristal	Servis
19-08-2011	Ibu Yeti/Usep	Kp. Baraja	Springbed	Servis
12-10-2011	Ibu Heni/Asep	Kp. Marga Mulya	Mesin cuci	Servis
26-10-2011	Ibu Susi/Dasep	Kp. Ciwidey	Matras	Servis
05-11-2011	Ibu Herawati/Agus	Kp. Ciparia	Atrt	Macet
29-11-2011	Ibu Inu/Supriyanto	Kp. Cangkuang	Kursi gaja	Macet
15-12-2011	Ibu Yuli/Sutisna	Komplek Kebun Kopi	Kursi Hongkong	Servis
12-01-2012	Ibu Sri/Ade	Kp. Cibogo Sawo	Rak Piring	Servis
25-01-2012	Ibu Heni/Eep	Kp. Marga Mulya	Mesin cuci	Servis
26-01-2012	Ibu Susi/Dasep	Ciwidey	Spring bed	Servis
28-02-2012	Ibu Susi/Dasep	Kp. Ciwidey Kulon	Spring bed	Servis
01-03-2012	Bp. Maslan/Nining	Kp. Bumi Wangi	Kursi Jeiko	Macet
07-04-2012	Ibu Reni/Iman	Kp. Ciparia	Platinum S	Macet



Identifikasi Penelitian



Rumusan Masalah

1. Bagaimana tanggapan pelanggan terhadap penetapan harga *furniture* Olympic di CV. Suka Damai Soreang
2. Bagaimana tanggapan pelanggan terhadap kualitas produk *furniture* Olympic di CV. Suka Damai Soreang
3. Bagaimana tingkat keputusan pembelian *furniture* Olympic di CV. Suka Damai Soreang
4. Seberapa besar pengaruh penetapan harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian *furniture* Olympic di CV. Suka Damai Soreang secara parsial maupun simultan

Penetapan Harga (X1)

1. Kesesuaian harga dengan manfaat produk
2. Kesesuaian harga dengan pendapatan/uang saku yang diterima
3. Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Rinaldi Bursan (2009:83)

Engel, Blackwell dan Miniard (1996)

Keputusan Pembelian (Y)

Pengenalan kebutuhan masalah

↓

Pencarian informasi

↓

Penilaian alternatif

↓

Keputusan membeli

↓

Perilaku pasca pembelian

Herry Achmad Buchory & Djaslim Saladin (2010:63-65)

Bambang Pranoto (2008)

Kualitas Produk (X2)

1. *Performance*
2. *Reliability*
3. *Feature*
4. *Durability*
5. *Aesthetics*
6. *Service ability*
7. *Conformance to Specifications*
8. *Perceive quality*

Tjiptono (1997:25-26)

Bambang Pranoto (2008)

Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Harga (X1)	Harga adalah sejumlah uang sebagai alat ukur untuk memperoleh produk atau jasa. **(Djaslim Saladin, 2010:95)**	Kesesuaian harga dengan manfaat produk	Tingkat kesesuaian harga dengan manfaat	ORDINAL
		Kesesuaian harga dengan pendapatan/uang saku yang diterima	Tingkat kesesuaian harga dengan pendapatan	
		Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Tingkat kesesuaian harga dengan kualitas produk	

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Kualitas produk (X2)	Kualitas produk merupakan upaya konsumen mengevaluasi secara menyeluruh terhadap kehandalan dan superioritas *performance* produk atau jasa tertentu **(Keni, 2000:45)**	Kinerja (Performance)	Tingkat kinerja produk	ORDINAL
		Ciri-ciri atau keistimewaan (features)	Tingkat keistimewaan produk	
		Kehandalan (Reliability)	Tingkat kehandalan produk	
		Daya tahan (Durability)	Tingkat daya tahan produk	
		Serviceability	Tingkat layanan	
		Estetika (Daya Tarik)	Tingkat ketertarikan produk	
		Conformance to specifications	Tingkat standar	
		Kualitas yang dipersepsikan	Tingkat kesesuaian dengan harga	

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Keputusan pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah pilihan akhir yang dilakukan oleh konsumen dalam memenuhi keinginan atau kebutuhannya. (Dewi Urip Wahyuni, 2008)	Pengenalan kebutuhan masalah	Tingkat pengenalan kebutuhan	ORDINAL
		Pencarian informasi	Tingkat pencarian informasi	
		Penilaian alternatif	Tingkat penilaian	
		Keputusan membeli	Tingkat keputusan membeli	
		Perilaku pasca pembelian	Tingkat perilaku setelah pembelian	

Objek Dan Metode Penelitian

Obyek Penelitian	**Penetapan harga dan kualitas produk sebagai variabel independen dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen**
Metode & Desain Penelitian	***Deskriptif dan Verifikatif***
Sumber Data	***Data Primer dan Sekunder***
Metode Pengumpulan Data	**Observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi**
Populasi dan Sampel	**Populasinya adalah seluruh konsumen yang membeli furniture Olympic di CV. Suka Damai Soreang yang berjumlah 85, dan sampel pada penelitian ini sebanyak 46 responden.**
Unit Penelitian	**CV. Suka Damai Soreang**
Metode Analisis	**Analisis Korelasi Pearson, Analisis regresi linier berganda, Koefisien Determinasi dan Uji Validitas, Uji Reliabilitas**
Hipotesis	**1. Penetapan harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian furniture Olympic di CV. Suka Damai Soreang** **2. Kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian furniture Olympic di CV. Suka Damai Soreang** **3. Penetapan harga dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian furniture Olympic di CV. Suka Damai Soreang**
Pengujian hipotesis	**Uji F dan Uji T**

Tanggapan Konsumen Mengenai Penetapan Harga

No	Indikator	Skor	Persentase
1	Kesesuaian harga dengan manfaat produk	338	73.48
2	Kesesuaian harga dengan pendapatan/uang saku yang diterima	137	59.57
3	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	286	62.17
TOTAL		761	

Skor/Total	**Skor dalam %**
761	$\frac{761}{(46x5x5)} x100\% = 66,17\%$

Tanggapan Konsumen Mengenai Kualitas Produk

No	Indikator	Skor	Persentase
1	Kinerja (*Performance*)	317	68.91
2	Ciri-ciri atau keistimewaan (*Features*)	377	81.96
3	Kehandalan (*Reliability*)	140	60.87
4	Daya tahan (*Durability*)	136	59.13
5	*Serviceability*	320	69.57
6	Estetika (Daya Tarik)	384	83.48
7	*Conformance to specifications*	173	75.22
8	Kualitas yang dipersepsikan	156	67.83
TOTAL		2003	

Skor/Total	Skor dalam %
2003	$\frac{2003}{46 \times 12 \times 5} \times 100\% = 72{,}57\%$

Tanggapan Konsumen Mengenai Keputusan Pembelian

No	Indikator	Skor	Persentase
1	Pengenalan kebutuhan masalah	321	69,78
2	Pencarian informasi	262	56,96
3	Penilaian alternatif	280	60,87
4	Keputusan membeli	288	62,61
5	Perilaku pasca pembelian	294	63,91
TOTAL		1445	

Skor/Total	Skor dalam %
1445	$\frac{1445}{46 \times 10 \times 5} \times 100\% = 62{,}82\%$

Analisis Verifikatif

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
(Constant)	-1.617	2.531		-.639	.526			
Penetapan Harga	.839	.175	.454	4.791	.000	.766	.590	.361
Kualitas Produk	.480	.088	.516	5.450	.000	.790	.639	.411

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil Output SPSS 18

- Berdasarkan output di atas, diperoleh nilai a sebesar -1,617, nilai b_1 sebesar 0,839 dan b_2 sebesar 0,480. Dengan demikian maka dapat dibentuk persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:
- $\hat{Y} = -1{,}617 + 0{,}839\ X_1 + 0{,}480\ X_2$

Analisis Verifikatif
Koefisien Korelasi Simultan
Antara X1 dan X2 dengan Y

Model Summary

Model		R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
dimension0	1	.869[a]	0.755	0.744	3.00043

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Penetapan Harga

Berdasarkan hasil output *software SPSS* di atas, diperoleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,869. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara variabel penetapan harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian, karena berada di antara 0,60 – 0,799.

Analisis Verifikatif
Koefisien Korelasi Determinasi

Model Summary

Model		R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
dimension0	1	.869[a]	0.755	0.744	3.00043

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Penetapan Harga

Dari tabel hasil output SPSS di atas, diketahui nilai koefisien determinasi atau *R square* sebesar 0,755 atau 75,5%. Hal ini menunjukkan bahwa Penetapan Harga dan Kualitas Produk secara simultan memberikan pengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian sebesar 75,5% sedangkan sisanya sebesar 100%-75,5% = 24,5% merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak diteliti.

Analisis Verifikatif
Determinasi Secara Parsial

Model	Standardized Coefficients	Correlations	Besarnya Pengaruh Secara Parsial	Besarnya Pengaruh Secara Parsial (%)
	Beta	Zero-order		
X_1	0.454	0.766	0.348	34.8 %
X_2	0.516	0.79	0.408	40.8 %
Pengaruh Total			**0,755**	**75,5 %**

Berikut disajikan hasil pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan rumus *beta* X *zero order* :

Variabel Penetapan Harga = 0,454 x 0,766 = 0,348 atau 34,8%

Variabel Kualitas Produk = 0,516 x 0,79 = 0,408 atau 40,8%

Dari hasil perhitungan secara parsial di atas, dapat diketahui bahwa variabel yang paling berpengaruh terhadap variabel terikat adalah variabel Kualitas Produk (X_2) sebesar 40,8% dan diikuti dengan variabel Penetapan Harga (X_1) sebesar 34,8% maka total pengaruh secara keseluruhan sebesar 75,5% dan sisanya 24,5% merupakan variabel lain yang tidak diteliti.

Analisis Verifikatif
Hasil Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1195.291	2	597.645	66.386	.000[a]
	Residual	387.112	43	9.003		
	Total	1582.402	45			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Penetapan Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel output di atas, dapat diketahui nilai F hitung sebesar 66,386. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai F tabel. Dengan α=0,05, db_1=2 dan db_2=43, diketahui nilai F tabel sebesar 3,21. Dari nilai-nilai di atas, diketahui nilai F hitung (66,386) > F tabel (3,21), sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh simultan yang signifikan dari Penetapan Harga (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (variabel Y).

Analisis Verifikatif
Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji t) X_1
Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji t) X_2

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-1.617	2.531		-.639	.526
	Penetapan Harga	.839	.175	.454	4.791	.000
	Kualitas Produk	.480	.088	.516	5.450	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

- Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui nilai t hitung untuk Penetapan Harga sebesar 4,791. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai t tabel pada tabel distribusi t. Dengan α=0,05, df=43, untuk pengujian dua sisi diperoleh nilai t tabel sebesar ±2,02. Diketahui bahwa t hitung untuk X_1 sebesar 4,791 berada lebih dari nilai t tabel (2,02), maka Ho ditolak artinya Penetapan Harga secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
- Diketahui bahwa t hitung untuk X_2 sebesar 5,450 berada lebih dari nilai t tabel (2,02), maka Ho ditolak artinya Kualitas Produk secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Penetapan harga pada furniture Olympic CV. Suka Damai Soreang termasuk dalam kategori cukup tinggi. Ini terlihat dari persentase skor untuk penetapan harga adalah sebesar 66,2% terletak antara rentang 52% - 68%. Hal ini mengindikasikan bahwa penetapan harga pada furniture Olympic di CV. Suka Damai Soreang sudah cukup baik.
2. Kualitas produk pada furniture Olympic CV. Suka Damai Soreang termasuk dalam kategori baik. Ini terlihat dari persentase skor untuk kualitas produk adalah sebesar 72,6% yang terletak antara rentang 68% – 84%. Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas produk furniture Olympic CV. Suka damai Soreang sudah baik.
3. Keputusan pembelian konsumen terhadap furniture Olympic di CV. Suka Damai Soreang termasuk dalam kategori cukup baik. Ini terlihat dari persentase skor untuk keputusan pembelian adalah sebesar 62,8% yang terletak antara rentang 52% - 68%. Hal ini mengindikasikan bahwa keputusan pembelian konsumen terhadap furniture Olympic di CV. Suka Damai Soreang sudah cukup baik.
4. Persamaan regresi yang terbentuk adalah: $\hat{Y} = -1{,}617 + 0{,}839\ X_1 + 0{,}480\ X_2$ Berdasarkan analisis koefisien determinasi (KD), Penetapan Harga dan Kualitas Produk secara simultan memberikan pengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen sebesar 75,5% sedangkan sisanya sebesar 24,5% merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak diteliti. Berdasarkan uji hipotesis secara simultan, pengaruh sebesar 75,5% dinyatakan signifikan karena nilai F_{hitung} (66.386) > F_{tabel} (3,21). Berdasarkan uji hipotesis secara parsial, Penetapan Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (t hitung berada di wilayah penolakan H_0) dengan pengaruh sebesar 34,8%, demikian pula Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen terhadap produk furniture Olympic di CV. Suka Damai Soreang (t hitung berada di wilayah penolakan H_0) dengan pengaruh sebesar 40,8%. Dan sisanya 24,4% dijelaskan oleh variabel-variabel atau aspek-aspek lain.

Saran

Saran dari penulis adalah sebagai berikut :

1. Tanggapan para konsumen mengenai penetapan harga dinilai cukup baik, namun untuk menarik hati para konsumen hendaknya CV. Suka Damai Soreang memberikan potongan harga dalam bentuk apapun sehingga dapat merangsang atau memotivasi para konsumen dalam melakukan pembelian furniture Olympic.
2. Kualitas yang dimiliki furniture Olympic dinilai baik. Namun perlu diperhatikan oleh CV. Suka Damai Soreang dalam menjaga kualitas yang dimiliki furniture Olympic serta dalam proses penyimpanan furniture, karena furniture Olympic rentan rusak dan tidak tahan lama. Dan perlu diperhatikan oleh para wiraniaga/salesman CV. Suka Damai Soreang dalam menjelaskan kualitas furniture Olympic kepada para konsumen, hendaknya jangan terlalu muluk dalam menjelaskan kualitas furniture Olympic sehingga tingkat pengharapan para konsumen tidak terlalu tinggi.
3. Sebaiknya dibuat lagi suatu program khusus mengenai produk furniture Olympic untuk merangsang konsumen agar mereka memutuskan untuk membeli furniture Olympic, seperti melakukan program promosi yaitu memberikan potongan harga, atau pemberian hadiah menarik bagi setiap pembelian furniture Olympic pada CV. Suka Damai Soreang. Diharapkan melalui pendekatan tersebut calon konsumen yang memutuskan untuk membeli furniture Olympic di CV. Suka Damai Soreang akan meningkat.
4. Mengadakan penelitian menggunakan variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini seperti penjualan pribadi, diferensiasi produk, promosi penjualan, periklanan dan lain-lain untuk meningkatkan kualitas dan mutu perusahaan CV. Suka Damai.

Terima Kasih

Wassalamu'alaikum Warohmatullohi Wabarokatuh