

**PENGARUH PERSEPSI HARGA HELM MDS TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
PT TARA KUSUMA INDAH
(Studi Kasus pada PT Dynaplast Cibitung)**

SKRIPSI

N a m a : Karyati
N I M : 43107110059



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2011**

**PENGARUH PERSEPSI HARGA HELM MDS TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
PT TARA KUSUMA INDAH
(Studi Kasus Pada PT Dynaplast Cibitung)**

SKRIPSI
Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
SARJANA EKONOMI
Program Studi Manajemen – Strata 1

N a m a : Karyati
N I M : 43107110059



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2011

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Karyati
NIM : 43107110059
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 18 Agustus 2011

(Karyati)
NIM :43107110059

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Karyati
NIM : 43107110059
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : **PENGARUH PERSEPSI HARGA HELM MDS
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN PT TARA KUSUMA INDAH
(Studi Kasus pada PT Dynaplast Cibitung)**
Tanggal Lulus Ujian : 11 Agustus 2011

Disahkan oleh:

Pembimbing Skripsi

(Daru Asih, SE,M.Si)

Dekan

Ketua Program Studi Manajemen – S1

(Dr. Enny Ariyanto, M.Si)

(H. Arief Bowo Prayoga K, SE, MM)

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi

**Pengaruh Persepsi Harga Helm MDS Terhadap Keputusan Pembelian
Konsumen PT Tara Kusuma Indah
(Studi Kasus pada PT Dynaplast Cibitung)**

Dipersiapkan dan Disusun:

**Karyati
43107110059**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 11 Agustus 2011

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji / Pembimbing Skripsi

(Daru Asih, SE,M.Si)

Anggota Dewan Penguji

(Dr. Arissetyanto Nugroho, MM)

Anggota Dewan Penguji

(Yuli Harwani, Dra. MM)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah robbil ‘alamin, puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH PERSEPSI HARGA HELM MDS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PT TARA KUSUMA INDAH” (studi kasus pada PT Dynaplast Cibitung)** dengan baik. Skripsi ini disusun guna memenuhi syarat dalam menyelesaikan pendidikan program strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana. Dalam penulisan skripsi penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna baik dari segi penulisan maupun kualitas isinya namun berkat bantuan, motivasi, bimbingan dan doa dari berbagai pihak maka skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Dengan ini penulis menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan bimbingannya, terutama kepada :

1. Bapak Dr. Arissetyanto Nugroho, MM, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Yenon Orsa, Ir.MT, selaku Direktur Kelas Karyawan Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Enny Ariyanto, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

4. Bapak Arief Bowo Prayoga K, SE,MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Strata 1 Universitas Mercu Buana.
5. Ibu Daru Asih, SE,M.Si, selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, dan senantiasa sabar memberikan pengarahan bimbingan dan motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Staff dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah membantu penulis selama masa perkuliahan.
7. Suami dan anak laki-lakiku yang merupakan motivator terbaik dan anugerah terbesar dalam hidupku, Mas Agus Setyawan dan Naufal Oka Setyawan, tanpa dukungan dari kalian, tidak akan maksimal hasil yang didapat.
8. Ayah dan Ibu yang selalu memberikan semangat, nasehat, pengertian, kepercayaan, do'a dan kasih sayang yang tiada henti (walaupun jauh dikampung halaman). Terima kasih sebesar-besarnya tanpa beliau saya tidak bisa sukses seperti sekarang.
9. Sahabat-sahabatku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana: Mbak Uthie, Indra, Dewi, Mbak Silvi dan Mami Sonty. Pasti akan selalu kangen.
10. Teman-teman Manajemen Angkatan 2007 (MUMBA XI) yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih atas kenangan indah selama di kampus.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih atas bantuannya dalam terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih belum sempurna. Namun penulis sudah berusaha menyusun skripsi ini dengan sebaik baiknya. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini ada manfaatnya bagi penulis dan juga bagi pembaca dan dapat menambah pengetahuan.

Penulis juga menyampaikan ucapan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan hingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini. Sehubungan dengan hal itu kiranya tidak ada kata yang pantas diucapkan kecuali ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya, dengan iringan do'a semoga bantuan mereka menjadi amal sholeh dan mendapat ridho dari Allah SWT. Kritik dan saran yang membangun demi perbaikan penulis di masa yang akan datang dan harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amin.

Jakarta, 18 Agustus 2011

Penulis

Karyati

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
ABSTRAK	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Batasan Masalah.....	4
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 Pengertian Pemasaran.....	6
2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	7
2.3 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	8

2.4	Pengertian Persepsi	10
2.5	Proses Persepsi	11
2.6	Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Persepsi	12
2.7	Pengertian dan Peranan Harga	12
2.8	Strategi Penetapan Harga	13
	2.8.1 Strategi Penetapan Harga Produk Baru.....	14
	2.8.2 Strategi Penetapan Harga Bauran Produk	15
2.9	Strategi Penyesuaian Harga	16
2.10	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Harga.....	18
2.11	Pengertian Perilaku Konsumen	20
2.12	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	21
2.13	Keputusan Pembelian	25
BAB III	METODE PENELITIAN	28
3.1	Gambaran Umum Perusahaan	28
3.2	Desain Penelitian	29
3.3	Hipotesis Penelitian	29
3.4	Variabel dan Skala Penelitian	30
3.5	Definisi Operasional Variabel	31
3.6	Metode Pengumpulan Data	32
3.7	Jenis Data	33
3.8	Populasi dan Sampel	33
3.9	Metode Analisis Data	34
	3.9.1 Uji Validitas	34

3.9.2 Uji Reabilitas	35
3.10 Teknik Analisis Data	36
3.10.1 Uji Asumsi Klasik.....	36
3.10.2 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	37
3.11.2 Uji t	38
BAB IV ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Karakteristik Responden	41
4.2 Analisis Hasil Kuesioner Mengenai Persepsi Harga	44
4.3 Analisis Hasil Kuesioner Mengenai Keputusan Pembelian .	52
4.4 Analisis Data	63
4.4.1 Hasil Uji Instrumen	63
a. Uji Validitas	63
b. Uji Realibilitas	65
4.4.3 Uji Asumsi Klasik.....	68
a. Uji Normalitas Data.....	68
b. Uji Koefisien Korelasi Spearman's Rho	69
4.4.2 Analisis Regresi Linier Sederhana	70
4.4.4 Uji t	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	74
5.1 Kesimpulan	74
5.2 Saran	75

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Lampiran 1: Analisis Validitas Penelitian.....	76
Lampiran 2: Analisis Realibilitas Penelitian	79
Lampiran 3: Analisis Uji Asumsi Klasik	80
Lampiran 4: Analisis Regresi Linier Sederhana.....	81
Lampiran 5: Data Penelitian Responden.....	82
Lampiran 6: Kuesioner Penelitian	84

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Skor Jawaban Kuesioner	31
Tabel 3.2 Operasional Variabel	31
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan.....	41
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	42
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Bekerja.....	42
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	43
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	43
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Harga Terjangkau	44
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai Harga Murah	45
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Mengenai Harga sesuai Kualitas	46
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Mengenai Harga sesuai Harapan	47
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Mengenai Harga sesuai Kelebihan	48
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Mengenai Harga dibanding Merek lain.....	49
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Mengenai Harga dengan Daya Beli	50
Tabel 4.14 Rekapitulasi Tentang Persepsi Harga.....	51
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Menganti helm	52
Tabel 4.16 Tanggapan Responden Mengenai Kemudahan Penggunaan Helm ..	53
Tabel 4.17 Tanggapan Responden Mengenai Trend Helm MDS	53
Tabel 4.18 Tanggapan Responden Mengenai Pemenuhan Kebutuhan	54

Tabel 4.19 Tanggapan Responden Mengenai Pencarian Informasi Melalui	
Media Cetak dan Elektronik	55
Tabel 4.20 Tanggapan Responden Mengenai Pencarian Informasi Melalui	
Teman dan Lingkungan	55
Tabel 4.21 Tanggapan Responden Dalam Memilih Helm MDS	56
Tabel 4.22 Tanggapan Responden Mengenai Kebutuhan Helm	57
Tabel 4.23 Tanggapan Responden Mengenai Pengumpulan Data.....	57
Tabel 4.24 Tanggapan Responden Mengenai Membeli helm karena	
Keputusan Keluarga	58
Tabel 4.25 Tanggapan Responden Mengenai Membeli helm karena	
Keputusan Teman	59
Tabel 4.26 Tanggapan Responden Mengenai Kecepatan Dalam	
Mengambil Keputusan Membeli	59
Tabel 4.27 Tanggapan Responden Mengenai Berpikir lama dalam	
Mengambil Keputusan Membeli Harga	60
Tabel 4.28 Tanggapan Responden Mengenai Ketertarikan Setelah	
Menggunakan Helm MDS.....	61
Tabel 4.29 Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Menggunakan	
Helm MDS.....	61
Tabel 4.30 Rekapitulasi Tentang Keputusan Pembelian	62
Tabel 4.31 Tabel Uji Validitas Variabel Persepsi Harga.....	64
Tabel 4.32 Tabel Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	64
Tabel 4.33 Tabel Uji Realibilitas	66

Tabel 4.34 Tabel Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	68
Tabel 4.35 Tabel Uji Koefisien Korelasi Spearman's Rho.....	69
Tabel 4.36 Tabel Variable Entered/Removed	70
Tabel 4.37 Tabel Model Summary	71
Tabel 4.38 Tabel Coefficients	72

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Faktor – Faktor Dalam Tingkah Laku Konsumen	22
Gambar 4.1 Kurva Distribusi t	73

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Hasil Correlations	76
Lampiran 2 Hasil Uji Realibility.....	79
Lampiran 3 Hasil Uji Asumsi Klasik	80
Lampiran 4 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	81
Lampiran 5 Data Penelitian Responden	82
Lampiran 6 Kuesioner penelitian.....	84