

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Kuasa atas Berkah Anugerah-Nya yang memberikan penulis kesehatan jasmani maupun rohani sehingga dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini dengan baik dalam rangka memenuhi persyaratan untuk mendapatkan gelar Ahli Madya di Telkom University yang berjudul **“Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan se-kota Bandung”**. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan Laporan Tugas Akhir ini serta masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan, pengetahuan, dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, penulis masih sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun yang diharapkan sebagai bahan perbaikan di masa yang akan datang. Selama masa penelitian hingga terselesaikannya Laporan Tugas Akhir ini, penulis banyak mendapatkan arahan, dorongan, bantuan dan dukungan serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Ganjar Mohammad Disastra, SH, MM selaku dosen penguji saya dan Ka. Prodi D3 Manajemen Pemasaran yang telah banyak membantu dalam pembuatan Laporan Tugas Akhir ini.
2. Bapak Rahmat Hidayat SE, MM selaku pembimbing Laporan Tugas Akhir yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan pengarahan, semangat, dan motivasi dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir ini.
3. Kedua orang tua yang selama ini telah memberikan semangat, menjadi motivator, meluangkan waktu serta memberikan dana untuk menyelesaikan Tugas Akhir penulis.
4. Seluruh Dosen D3 Manajemen Pemasaran Telkom University yang telah memberikan pelajaran bermakna selama penulis menghadapi perkuliahan.
5. Nico Frandika Napitupulu, Sarda dan Muek yang senantiasa mendukung penulis baik dalam memberikan semangat, doa dan hiburan di kala penulis penat dalam penyelesaian Tugas Akhir penulis.
6. Sahabat tercinta Five Generation (Immanuel, Indra, Natashya, dan Yohanes) di Medan, terimakasih untuk segala dukungan serta doa dan telah memberikan arahan-arahan bermakna buat penulis.
7. Teman terbaik Trio Lobak yang selama 3 (tiga) tahun selalu bersama dalam keadaan suka maupun duka, terimakasih untuk semangat, doa, waktu, tenaga yang telah disediakan untuk penulis sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
8. Kakak – kakak tercinta (kak Nia, kak Indah, kak Yenni) yang selalu memberikan motivasi serta doa, mengajarkan banyak hal kepada penulis, bersedia menjadi kakak, teman, terlebih saudara.

9. Larisa Girls (Angel, Citra, Dina, Icha, Ifroh, Gigi, Kiki, Marta, Mega, Wulan) yang juga senantiasa memberikan semangat yang amat berarti di sela kejenuhan mengerjakan Laporan Tugas akhir ini. Terimakasih buat kegilaan selama ini.
10. Kepada seluruh keluarga yang sudah memberikan semangat untuk mengerjakan Laporan Tugas Akhir ini.
11. Teman-teman angkatan 2011, yang telah menjadi bagian hidup selama perkuliahan yang tidak dapat disebutkan satu persatu, juga D3 manajemen pemasaran angkatan 2010, 2011, 2012.
12. Rekan-rekan seperjuangan penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini dalam waktu bersamaan pula yaitu Ari, Bobby Adios, Bobi Sudewa, Chyntia, Icha, Juli, dan Valen yang mana dapat saling memberi semangat dan bertukar pikiran tentang kendala-kendala yang dimiliki saat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
13. Marketing B yang senantiasa bersama penulis dari awal menjadi mahasiswa baru hingga saat ini masih setia dalam mendukung satu dengan yang lain, terkhusus buat Adi, Katir, Isnan, Atirah yang sudah membantu penulis dalam memperjuangkan tugas akhir ini, terimakasih buat waktu serta dukungan kalian.

Akhir kata penulis berharap agar Laporan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan dapat dijadikan pertimbangan bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

Bandung, 7 Oktober 2014

**Penulis**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR LAMPIRAN .....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Gambaran Umum Observasi .....	1
1.2 Latar Belakang Masalah .....	3
1.3 Perumusan Masalah .....	4
1.4 Tujuan Observasi .....	5
1.5 Kegunaan Observasi .....	5
1.6 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir .....	5
<b>BAB II RELEVANSI TEORI DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>7</b>
2.1 Tinjauan Teori .....	7
2.1.1 Manajemen Pemasaran .....	7
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	7
2.1.3 Harga .....	8
2.1.3.1 Bauran Harga .....	9
2.1.3.2 Penetapan Harga .....	10
2.1.3.3 Tujuan Penetapan Harga .....	11
2.1.3.4 Metode Penetapan Harga .....	12
2.1.4 Teori Hubungan Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	14
2.1.5 Perilaku Konsumen .....	14
2.1.6 Proses Keputusan Pembelian .....	15
2.1.7 Kerangka Pemikiran .....	16
2.1.8 Penelitian Terdahulu .....	16
2.2 Metode Penelitian .....	19
2.2.1 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	19
2.2.2 Jenis Penelitian .....	19
2.2.3 Variabel Penelitian .....	20

2.2.4 Jenis Skala .....	20
2.2.5 Pengumpulan Data .....	21
2.2.6 Populasi dan Sampel .....	21
2.2.7 Metode Sampling .....	22
2.2.8 Operasional Variabel .....	22
2.2.9 Uji Data .....	24
2.2.10 Teknik Analisis Data .....	26
2.2.11 Metode Analisis .....	28
2.3 Hasil dan Pembahasan .....	30
2.3.1 Deskripsi Responden .....	31
2.3.2 Hasil Pengujian Data .....	32
2.3.3 Implementasi Penetapan Harga Pelanggan CDMA .....	35
2.3.4 Keputusan Pembelian Pelanggan CDMA .....	36
2.3.5 Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pelanggan CDMA .....	38
<b>BAB III KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>41</b>
3.1 Kesimpulan .....	41
3.2 Saran .....	41
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	