

## ABSTRAK

Yuliana Dewi Pusporini Hadiati : STRATEGI PENETAPAN HARGA DI BAWAH HARGA PESAING DAN HUBUNGANNYA DENGAN PERILAKU KONSUMEN, Studi Kasus pada PT ALFA RETAILINDO, Yogyakarta.

Harga merupakan salah satu dari empat variabel utama yang mempengaruhi perkembangan usaha eceran. Tiga variabel lainnya adalah produk, tempat dan promosi. Konsumen yang menjadi komponen utama bagi perkembangan perusahaan, juga sangat dipengaruhi oleh harga jual suatu produk yang ditetapkan perusahaan. Mempelajari tingkah laku konsumen yang berkaitan dengan harga jual yang ditetapkan oleh suatu usaha eceran sangatlah penting bagi perusahaan. Masalah pokok dalam penelitian ini adalah apakah ada perbedaan sikap konsumen terhadap harga jual yang ditetapkan oleh PT ALFA RETAILINDO, Yogyakarta menurut jenis kelamin, tingkat pendidikan dan tingkat penghasilan, dan apakah ada perbedaan yang signifikan antara harga jual yang ditetapkan oleh PT ALFA RETAILINDO, Yogyakarta dengan perusahaan-perusahaan sejenis lainnya di DIY.

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan sikap konsumen terhadap atribut harga yang ditetapkan oleh PT ALFA RETAILINDO, Yogyakarta, (2) untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan yang signifikan antara harga yang ditetapkan di PT ALFA RETAILINDO, Yogyakarta dengan harga di perusahaan-perusahaan sejenis lainnya di DIY.

Teknik yang digunakan untuk pengumpulan data adalah wawancara, observasi, dokumentasi dan kuesioner. Teknik analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui identitas atau gambaran konsumen yang membeli di PT ALFA RETAILINDO. Teknik yang digunakan untuk mengetahui perbedaan sikap konsumen terhadap atribut harga yang ditetapkan di PT ALFA RETAILINDO, Yogyakarta menurut jenis kelamin, tingkat pendidikan dan tingkat penghasilan adalah analisis "Chi-Square", sedangkan teknik yang digunakan untuk mengetahui perbedaan harga jual antara PT ALFA RETAILINDO dengan perusahaan sejenis lainnya di DIY adalah uji statistik "t".

Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa ditinjau dari jenis kelamin, ada perbedaan yang signifikan sikap konsumen terhadap atribut harga, karena  $X^2 = 7,92 > X^2$  menurut tabel dengan derajat kebebasan 2 = 5,991. Ditinjau dari tingkat pendidikan, ada perbedaan yang signifikan sikap konsumen terhadap atribut harga, karena  $X^2 = 13,04 > X^2$  menurut tabel dengan derajat kebebasan 4 = 9,488. Sedangkan menurut tingkat penghasilan, ada perbedaan yang signifikan sikap konsumen terhadap atribut harga, karena  $X^2 = 11,46 > X^2$  menurut tabel dengan derajat kebebasan 4 = 9,488. Dari enam jenis produk yang diteliti, seluruhnya menunjukkan perbedaan yang tidak signifikan antara harga yang ditetapkan di PT ALFA RETAILINDO, Yogyakarta dengan perusahaan-perusahaan sejenis lainnya di DIY.

## **ABSTRACT**

### **PENETRATION PRICING STRATEGY IN RELATION TO CONSUMER BEHAVIOUR**

**a case study on PT ALFA RETAILINDO, Yogyakarta**

**YULIANA DEWI PUSPORINI HADIATI  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta**

The aim of this research is to know: (1) Whether there are attitude differences among consumers of PT ALFA RETAILINDO toward price attributes according to their sex, education level, and income level. (2) Whether there are significant differences between the price of PT ALFA RETAILINDO and the price of other retailers in DIY.

The data collecting method used in this research are interviews, observation, documentation, and questionnaire. The data analysis techniques used by the writer are description analysis and quantitative analysis. The description analysis is used to know the profile and attitude of consumers. The "Chi-Square" analysis is used to know whether there are differences of attitude among consumers of PT ALFA RETAILINDO toward price attributes according to their sex, education level dan income level. The "t" student analysis is used to know whether there are significant differences between the price of PT ALFA RETAILINDO and the price of other retailers in DIY.

The result of the "Chi-Square" analysis shows that there are differences in consumers' attitudes toward price according to their sex, education level and income level. The "t" student analysis shows that there aren't any significant differences between the price of PT ALFA RETAILINDO and the price of other retailers in DIY.