

STRATEGI PENETAPAN HARGA TEH BOTOL SOSRO DALAM UPAYA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA PT. SASANA CARAKA MEKARJAYA

Erlina Novita Sari, Istichanah, SE, MMSi

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2008

Universitas Gunadarma

<http://www.gunadarma.ac.id>

kata kunci : penentuan harga

Abstraksi :

Salah satu strategi pemasaran dalam perusahaan adalah strategi penetapan harga. Harga memainkan peranan besar dalam naik turunnya perusahaan. Perusahaan menetapkan harga, tapi pada akhirnya konsumen akan memutuskan apakah harga suatu produk sudah tepat? Ketika menetapkan harga, perusahaan harus mempertimbangkan persepsi konsumen mengenai harga dan bagaimana persepsi ini memengaruhi keputusan membeli dari konsumen. Ketika membeli suatu produk, konsumen mempertukarkan suatu nilai (harga) untuk memperoleh nilai yang lain (manfaat dari produk tersebut) Bila pelanggan atau konsumen menganggap harga lebih tinggi dari nilai produk, merk tidak akan membeli produk tersebut. Bila konsumen menganggap harga lebih rendah dari nilai produk tersebut maka konsumen akan membeli produk tersebut, tetapi produsen kehilangan peluang meraih laba. Oleh karena itu perusahaan harus berusaha memahami alasan konsumen membeli suatu produk dan menetapkan harga menurut konsumen mengenai nilai produk karena konsumen bervariasi dalam nilai yang mereka kaitkan pada sifat produk yang berbeda.