

## ABSTRAK

PT. Kue XYZ Bandung merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang kuliner yaitu kue oleh-oleh khas Bandung. Berdasarkan hasil penelitian awal yang dilakukan di PT. Kue XYZ Bandung, peneliti menemukan masalah yakni keputusan pembelian konsumen dalam hal evaluasi alternatif dan perilaku pasca pembelian. Berdasarkan permasalahan tersebut diduga karena penetapan harga dalam keterjangkauan harga dan kesesuaian harga dengan kualitas produk yang ditetapkan perusahaan belum maksimal.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh penetapan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT. Kue XYZ Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu penelitian kepustakaan dan penelitian langsung berupa wawancara, observasi, dan penyebaran angket kepada 44 responden. Teknik analisis data yang digunakan yaitu uji validitas instrument, uji reabilitas instrument, regresi linier sederhana, koefisien korelasi rank spearman, dan koefisien determinasi.

Berdasarkan hasil penelitian penetapan harga dan keputusan pembelian konsumen dengan menggunakan uji koefisien determinasi kontribusi menunjukkan bahwa variabel penetapan harga dan variabel keputusan pembelian memiliki pengaruh sebesar 68,39% sisanya 31,61% yang disebabkan oleh faktor lain. Adapun hambatan-hambatan yang dirasakan oleh PT. Kue XYZ Bandung adalah kesulitan karena mahalnya bahan baku dan hambatan ketika melakukan penentuan harga pokok penjualan,

Saran-saran yang dapat peneliti kemukakan dari hasil penelitian pada penetapan harga yaitu Mencoba untuk membuat produk baru yang bisa dijangkau oleh segala segmen pasar dari segi harganya, meningkatkan kualitas produk, serta memiliki inovasi dan ciri khas tersendiri dari produknya.

*Kata kunci: Penetapan Harga dan Keputusan Pembelian Konsumen*

## **ABSTRACT**

**PT. Kue XYZ Bandung is a company engaged in the culinary field, which is a typical Bandung souvenir cake. Based on the results of initial research conducted at PT. XYZ Bandung cake, researchers found a problem that is consumer purchasing decisions in terms of evaluating alternatives and post-purchase behavior. Based on these problems, it is suspected that the pricing in the affordability of prices and price conformity with the quality of products set by the company has not been maximized.**

**The purpose of this study is to determine the effect of pricing on consumer purchasing decisions at PT. XYZ Bandung Cake. The research method used is a quantitative method. Data collection techniques in this study are library research and direct research in the form of interviews, observations, and questionnaires to 44 respondents. Data analysis techniques used are test instrument validity, instrument reliability test, simple linear regression, spearman rank correlation coefficient, and coefficient of determination.**

**Based on the results of price determination and consumer purchasing decisions using the coefficient of determination contribution test shows that the price determination variable and the purchase decision variable have an effect of 68.39% the remaining 31.61% which is caused by other factors. The obstacles that are felt by PT. XYZ Bandung cake is a problem because of the high cost of raw materials and obstacles when making a cost of goods sold,**

**Suggestions that researchers can put forward from the results of research on pricing are trying to make new products that can be reached by all market segments in terms of price, improving product quality, and having innovations and distinctive features of their products.**

**Keywords: Pricing and Consumer Purchasing Decisions**

## ABSTRAK

**PT. Kue XYZ Bandung mangrupikeun parusahaan kalibet dina widang wisata kuliner, nyaéta kue souvenir Bandung. Dumasar hasil panalungtikan awal dilakukeun dina PT. XYZ Bandung, peneliti manggihan yén masalah kaputusan meuli konsumen dina watesan evaluasi alternatif sarta Kapuasan sanggeus pameseran. Dumasar observasi jeung wawancara masalah ieu disangka alatan ka panetapan harga dina katerjangkauan harga sarta kasesuaian harga sareng kalayan produk nu diatur ku parusahaan teu acan maksimal.**

**Tujuan pangajaran ieu keur nangtukeun efek panetapan sarta kaputusan meuli konsumen dina PT. Kue XYZ Bandung. Méthode dipaké nya éta méthode déskriptif kuantitatif. téhnik pendataan di ulikan ieu hasil panalungtikan sastra jeung observasi dina bentuk wawancara, observasi, jeung daptar tatanyaan ka 44 responden. Téhnik analisis data nu dipake yen test instrumen validitas, alat uji réliabilitas, a régrési liniér sederhana, Spearman koefisien korelasi rank, sarta koefisien tina tekad.**

**Dumasar hasil panalungtikan tina harga na kaputusan meuli ngeunaan pamakéna ku maké kontribusi koefisien tekad nunjukkeun yén variabel sarta kaputusan beuli variabel boga efek 68,39%, sedangeun 31,61% anu disababkeun ku faktor séjén. Halangan nu katarima ku PT. Kue XYZ Bandung teh kasusah dina nangtukeun segmentasi pasar alatan bahan baku mahal sarta halangan nalika nangtukeun biaya jualan.**

**Saran nu tiasa dikintunkeun ku peneliti kaluar hasil panalungtikan dina harga diantaranya Nyobaan nyieun produk anyar anu bisa diasupan ka sadaya bagéan pasar segi waragad, ngaronjatkeun kualitas produk, sarta boga inovasi sarta ciri has produk.**

***Konci: Harga jeung Kaputusan Meuli Konsumen***