

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERSEMBAHAN	
ABSTRACTION	i
ABSTRAKSI	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR ISTILAH	ix
BAB I – PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	I-1
1.2 Rumusan Masalah	I-2
1.3 Tujuan Penelitian	I-2
1.4 Manfaat Penelitian	I-3
1.5 Batasan Masalah	I-3
BAB II – LANDASAN TEORI	
2.1 Harga	II-1
2.2 Tujuan Penentuan Harga	II-1
2.3 Pertimbangan Penentuan Harga	II-2
2.4 Permintaan	II-3
2.5 Penawaran	II-4
2.6 Persepsi Konsumen Terhadap Harga	II-5
2.7 Metode Penetapan Harga Jual	II-5
2.7.1 Penetapan Harga Mark-Up	II-5
2.7.2 Penetapan Harga Menurut Tingkat Keuntungan Sasaran	II-5
2.7.3 Penetapan Harga Menurut Pandangan Konsumen	II-6
2.7.4 Penetapan Harga Berdasarkan Harga Pasar	II-6
2.7.5 Penetapan Harga Dalam Sampul Tertutup	II-6
2.8 Strategi Penyesuaian Harga	II-6
2.8.1 Penetapan Harga Diskon	II-6
2.8.2 Penetapan Harga Tersegmentasi	II-7
2.8.3 Penetapan Harga Kualitas	II-7
2.8.4 Penetapan Harga Promosi	II-7
2.8.5 Penentuan Harga Secara Geografis	II-7
2.8.6 Penentuan Harga Internasional	II-8
BAB III – METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Model Konseptual	III-1
3.2 Kerangka Pemecahan Masalah	III-2
3.2.1 Perumusan Masalah	III-2
3.2.2 Penentuan Tujuan Penelitian	III-2
3.2.3 Studi Literatur dan Studi Pendahuluan	III-4
3.2.4 Karakteristik Layanan	III-4
3.2.5 Target Jumlah Penonton	III-4
3.2.6 Penentuan Harga Dasar	III-4
3.2.7 Data Harga Pesaing	III-4

3.2.8	Harga Tiket Masuk Existing	III-4
3.2.9	Keinginan Bayar Konsumen	III-5
3.2.10	Perancangan Kuisiener Penelitian	III-5
	3.2.10.1 Penentuan Variabel	III-5
	3.2.10.2 Penentuan Sampel	III-5
3.2.11	Pengolahan Kuisiener Penelitian	III-5
	3.2.11.1 Pengkodean	III-5
	3.2.11.2 Pembuatan Data Mentah	III-5
	3.2.11.3 Uji Validitas	III-6
	3.2.11.4 Pengolahan Data	III-6
3.2.12	Analisis Penentuan Harga	III-6
3.2.13	Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal	III-6
3.2.14	Kesimpulan dan Saran	III-6

BAB IV – PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1	Profil Perusahaan	IV-1
	4.1.1 Sejarah Perusahaan	IV-1
	4.1.2 Struktur Perusahaan	IV-1
	4.1.3 Karakteristik Layanan Bioskop Multiplex Grande	IV-3
4.2	Data Historis Jumlah Penonton	IV-5
4.3	Perhitungan Harga Dasar	IV-5
4.4	Data Pesaing	IV-7
4.5	Keinginan Bayar Konsumen	IV-8
	4.5.1 Pengumpulan Data	IV-8
	4.5.1.1 Desain Kuisiener	IV-8
	4.5.1.2 Penyebaran Kuisiener	IV-8
	4.5.2 Pengolahan Data	IV-9
	4.5.2.1 Pengkodean	IV-9
	4.5.2.2 Pemasukan Data	IV-9
	4.5.2.3 Pengujian Validitas Kuisiener	IV-9
	4.5.3 Karakteristik Pasar MPX Grande	IV-10
	4.5.3.1 Karakteristik Umum Konsumen	IV-10
	4.5.3.2 Perilaku Konsumen	IV-12
	4.5.3.3 Keinginan Konsumen Terhadap Harga Tiket Masuk	IV-13
	4.5.3.3.1 Harga Tiket Masuk MPX Gold	IV-13
	4.5.3.3.2 Harga Tiket Masuk MPX Diamond	IV-15

BAB V – ANALISIS DATA

5.1	Analisis Harga Existing.....	V-1
	5.1.1 MPX Gold	V-1
	5.1.2 MPX Diamond	V-2
	5.1.3 Total	V-3
5.2	Analisis Harga Pesaing	V-4
	5.2.1 MPX Gold	V-4
	5.2.2 MPX Diamond	V-5
5.3	Analisis Perhitungan Harga Dasar	V-6
	5.3.1 MPX Gold Weekday	V-7
	5.3.2 MPX Gold Weekend	V-7
	5.3.3 MPX Diamond	V-7
5.4	Analisis Keinginan Bayar Konsumen	V-8
	5.4.1 Data Umum Responden dan Perilaku Konsumen	V-8

5.4.2	Keinginan Konsumen	V-9
5.5	Analisis Penentuan Harga	V-9
5.5.1	MPX Gold weekday	V-9
5.5.2	MPX Gold weekend	V-10
5.5.3	MPX Diamond	V-11
5.6	Analisis Lingkungan	V-12
5.6.1	Lingkungan Internal	V-12
5.6.2	Lingkungan Eksternal	V-13

BAB VI – KESIMPULAN DAN SARAN

6.1	Kesimpulan	VI-1
6.2	Saran	VI-2

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN