

ABSTRAK

PT Kereta Api Indonesia (Persero) selalu berinovasi dalam melakukan kegiatan penjualannya agar pelanggan dapat kepuasan tersendiri karena pelayanan yang sangat baik. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh persaingan yang sangat ketat dengan maraknya perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang jasa transportasi darat seperti travel dan bus dengan harga yang mampu bersaing menimbulkan dampak yang signifikan terhadap jasa angkutan kereta api. Salah satu faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah harga yang ditawarkan oleh perusahaan. Strategi penetapan harga merupakan salah satu pertimbangan penting bagi konsumen dalam memutuskan pembelian jasa transportasi. Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman peneliti mengenai pelaksanaan strategi penetapan harga di perusahaan dan hasil analisisnya dapat menjadi masukan bagi perusahaan untuk mengatasi permasalahan yang terjadi.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang khususnya menggunakan kereta jurusan Bandung - Solo. Sampel pada penelitian ini sebanyak 100 responden dan teknik yang digunakan adalah teknik penyebaran kuesioner. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif yaitu analisis regresi linier sederhana. Berdasarkan hasil analisis tersebut diperoleh persamaan regresi $Y=11,250 + 0,745 X$ yang berarti Harga mempengaruhi Keputusan Pembelian memiliki pengaruh sebesar 0,745 berdasarkan presentase strategi penetapan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,602 atau 60,2%, dan sisanya sebesar 39,8% dipengaruhi oleh faktor lain

Kata Kunci : Strategi Penetapan Harga, Keputusan Pembelian.