



PENGARUH JARAK TERHADAP PENETAPAN HARGA PRODUK
(Studi Kasus pada Produk Minyak Goreng Bimoli 1 Liter, Aqua 600ml dan Indomie Cakalang Goreng)

Jourie Pangemanan
Universitas Nusantara Manado
(Naskah diterima: 1 Maret 2021, disetujui: 30 April 2021)

Abstract

The product is a key element in the overall market offering. A product is anything that can be offered on the market to meet the wants or needs of the buyer. Products are also related to price, because the price which is the only element of the marketing mix that is often used as a consideration for consumers in making purchases cannot be ruled out by the company. Price is also the exchange rate of a good or service which is stated in the form of money (where each product has its own price).

Keywords: Distance has an influence on price.

Abstrak

PT Wijaya Karya (Persero) atau biasa disingkat WIKA merupakan salah satu perusahaan Produk adalah elemen kunci dalam keseluruhan penawaran pasar. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan di pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan pembeli. Produk berkaitan juga dengan harga, karena harga yang merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang seringkali dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi konsumen dalam melakukan pembelian tidak bisa dikesampingkan oleh perusahaan. Harga juga adalah nilai tukar suatu barang atau jasa yang dinyatakan dalam bentuk uang (Dimana setiap produk memiliki harganya masing-masing).

Kata kunci: Jarak memberikan pengaruh pada harga.

I. PENDAHULUAN

Dalam bisnis produk adalah barang atau jasa yang dapat diperjualbelikan, dalam marketing produk adalah apapun yang bisa ditawarkan ke sebuah pasar dan bisa memuaskan sebuah keinginan atau kebutuhan. Untuk mendapatkan hasil yang memuaskan dan cepat dalam pengolahannya,

saat ini kita kenal dengan namanya pabrik. Dengan adanya harga, seseorang bisa menentukan barang/jasa yang harus dibeli menurut kebutuhan dan tingkat pendapatannya. Biasanya jarak adalah salah satu faktor yang mempengaruhi penetapan harga di tiap-tiap daerah.

II. KAJIAN TEORI

Pengertian Jarak

Jarak adalah angka yang menunjukkan seberapa jauh suatu benda berubah posisi melalui suatu lintasan tertentu.

Definisi Harga

Menurut Basu Swastha (1986) Harga diartikan sebagai Jumlah uang (kemungkinan ditambah barang) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.

Dasar dan Tujuan Penetapan Harga

Menurut Machfoedz (2005) “Penetapan harga dipengaruhi oleh berbagai factor. Baik factor internal maupun factor eksternal.

Faktor internal meliputi tujuan pemasaran perusahaan, strategi bauran pemasaran, biaya, dan metode penetapan harga. “Faktor eksternal meliputi sifat pasar dan permintaan, persaingan, dan elemen lingkungan yang lain”.

Strategi Penetapan Harga

Menurut Stanton (2000) Penetapan harga harus diarahkan demi tercapainya tujuan. Sasaran penetapan harga dibagi menjadi tiga, yaitu:

1. Berorientasi pada laba untuk:
 - a. Mencapai target laba investasi atau laba penjualan perusahaan.

- b. Memaksimalkan laba
2. Berorientasi pada penjualan untuk:
 - a. Meningkatkan penjualan.
 - b. Mempertahankan atau meningkatkan pangsa pasar.
3. Berorientasi pada status quo untuk:
 - a. Menstabilkan harga
 - b. Menangkal persaingan.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Harga

a. Kurva Permintaan

b. Biaya

c. Persaingan

d. Pelanggan

Pengertian Produk

Pengertian produk menurut William J. Stanton yang diterjemahkan oleh Rakhmat A. (1996). Produk menurut artinya secara sempit, produk adalah sekumpulan atribut fisik secara nyata yang terkait dalam sebuah bentuk yang dapat diidentifikasi. Sedangkan secara umumnya, produk adalah sekumpulan atribut yang nyata dan tidak nyata yang didalamnya tercakup warna, harga, kemasan, prestise pengecer, dan pelayanan dari pabrik serta pengecer yang mungkin diterima oleh pembeli sebagai sesuatu yang bisa memuaskan keinginannya.

Hipotesa

Hipotesa pada penelitian ini yakni :
“Jarak dari daerah central produksi ke daerah-daerah penjualan berpengaruh terhadap penetapan Harga pada suatu Produk”.

III. METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan dan dibuktikan suatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah tertentu (Sugiyono).

Dalam penelitian ini, penulis melakukan pendekatan studi evaluasi survei lapangan. Menurut Sugiyono (2014) metode deskriptif analitis adalah metode yang berusaha mengumpulkan data yang sesuai dengan keadaan yang sebenarnya, menyajikan dan menganalisisnya sehingga dapat memberikan informasi dalam pengambilan keputusan.

Data dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan adalah data sekunder yang di peroleh melalui pengamatan atau survei langsung ke lapangan yaitu ke beberapa tempat perbelanjaan di daerah berbeda berikut :

1. Bitung
2. Manado

3. Airmadidi
4. Amurang
5. Kotamobagu

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- Data Kuantitatif

Metode pengumpulan data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah

1. Penelitian kepustakaan (*library research*)
2. Penelitian Lapangan (*field research*)

Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini yang jadi populasi adalah semua produk berupa barang yang dipasarkan.

Sampel dalam penelitian ini adalah produk Minyak Goreng Bimoli 1Liter, Aqua 600ml dan Indomie Cakalang Goreng.

Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel adalah objek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Dalam penelitian ini digunakan sejumlah variabel yang dibagi menjadi dua, yaitu : variabel Independen (variabel bebas) dan variabel dependen (variabel terikat).

Teknik Analisis Data**Analisis Regresi Linier sederhana**

Penelitian ini menggunakan analisis Linear Sederhana dengan pengolahan data menggunakan SPSS 20 *For Windows*.

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh Jarak terhadap Harga Produk. Menurut Ghozali (2009) Model variabel-variabel tersebut dapat disusun dalam fungsi atau persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + bx$$

1. Untuk mengetahui pengaruh jarak terhadap harga produk Aqua 600ml.

Dimana :

Y = Harga Produk Aqua

a = konstanta

b = Koefisien regresi variabel X

X = Jarak

2. Untuk mengetahui pengaruh jarak terhadap produk Minyak Goreng Bimoli 1 Liter.

Dimana :

Y = Harga produk Minyak Goreng Bimoli

a = Konstanta

b = Koefisien regresi variabel X

X = Jarak

3. Untuk mengetahui pengaruh jarak terhadap produk Indomie Cakalang Goreng.

Dimana :

Y = Harga Produk Indomie Cakalang Goreng.

a = Konstanta

b = Koefisien regresi variabel X

X = Jarak

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dimasukkan untuk mengetahui tingkat ketepatan paling baik dalam analisa regresi dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) antara 0 (nol) dan satu (1). Koefisien determinasi (R^2) nol variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila koefisien determinasi (R^2) semakin mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Selain itu koefisien determinasi (R^2) dipergunakan untuk mengetahui prosentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X)

Uji Hipotesis (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi antara variabel X dan Y , apakah variabel X (Jarak) benar-benar berpengaruh terhadap variabel Y (Harga Produk) (Ghozali, 2008).

1. Produk Aqua 600ml

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

H1: Semakin jauh jarak tempuh dari daerah central produksi ke daerah-daerah penjualan, maka semakin mahal harga produk Aqua yang dipasarkan.

Ho: Variabel jarak tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat (harga produk Aqua).

Ha: Variabel jarak mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat (harga produk Aqua).

2. Produk Minyak Goreng Bimoli 1 Liter.

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

H1: Semakin jauh jarak tempuh dari daerah central produksi ke daerah-daerah penjualan, maka semakin mahal harga produk Minyak Goreng Bimoli yang dipasarkan.

Ho: Variabel jarak tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat (Produk Minyak Goreng Bimoli 1 Liter).

Ha: Variabel jarak mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat (Produk Minyak Goreng Bimoli 1 Liter).

3. Produk Indomie Cakalang Goreng

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

H1: Semakin jauh jarak tempuh dari daerah central produksi ke daerah-daerah

penjualan, maka semakin mahal harga produk Indomie Cakalang Goreng yang dipasarkan.

Ho: Variabel jarak tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat (Produk Indomie Cakalang Goreng)

Ha: Variabel jarak mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat (Produk Indomie Cakalang Goreng).

Dasar pengambilan keputusan (Ghozali, 2008) adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu :

- a. Apabila angka probabilitas signifikansi > 0.05 , maka Ho diterima dan Ha ditolak.
- b. Apabila angka probabilitas signifikansi < 0.05 , maka Ho ditolak dan Ha diterima

IV. HASIL PENELITIAN

a. Minyak Goreng Bimoli 1 Liter

Tabel 4.4 Variabel Penelitian

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	JARAK ^b		Enter

a. Dependent Variable: HARGA

b. All requested variables entered.

Pada tabel 4.4 diatas dijelaskan bahwa yang menjadi inti analisa dalam penelitian ini adalah variabel Jarak (Independen) dan variabel Harga sebagai bariabel terikat (dependen).

Tabel 4.5 Korelasi Sederhana

Correlations

		HARGA	JARAK
Pearson Correlation	HARGA	1.000	.935
	JARAK	.935	1.000
Sig. (1-tailed)	HARGA		.032
	JARAK	.032	
N	HARGA	4	4
	JARAK	4	4

Pada tabel correlation diatas sesuai dengan hasil yang diperoleh nilai $r = 0.935$. Nilai tersebut jika di komunikasikan dengan pedoman interpretasi koefisien korelasi dibawah dapatlah dijelaskan bahwa Jarak memiliki hubungan yang sifatnya sangat kuat dengan penetapan Harga Produk oleh karena berada pada interval koefisien 0.80 – 1.000.

Tabel 4.6 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

INTERVAL KOEFISIEN	TINGKAT HUBUNGAN
0.00-0.199	Sangat Rendah
0.20-0.399	Rendah
0.40-0.599	Sedang
0.60-0.799	Kuat
0.80-1.000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono, Metode Penelitian

Tabel 4.7 Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.935 ^a	.875	.812	641.301

Tabel 4.9 Regresi Linear sederhana

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	15625.787	480.589		32.514	.001
JARAK	12.036	3.223	.935	3.734	.065

a. Dependent Variable: HARGA

- a. Predictors: (Constant), JARAK
b. Dependent Variable: HARGA

Pada tabel model summary, hasil analisis menunjukkan bahwa nilai dari koefisien determinasi sebesar 0,875 atau 87,5%. Artinya jarak memberikan pengaruh sebesar 87,5% terhadap penetapan harga produk, sedangkan 12,5% dipengaruhi oleh faktor lain diluar jarak.

Nilai koefisien determinasi sebesar 0,875 atau 87,5% jika dikomunikasikan dengan pedoman interpretasi tinggi rendahnya koefisien determinasi dibawah, maka dapat diperoleh bahwa jarak memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap penetapan harga produk Bimoli.

Tabel 4.8 Pedoman Interpretasi Tinggi Rendahnya koefisien Determinasi

PERNYATAAN	KETERANGAN
<4%	Sangat Rendah
15% - 16%	Rendah
17% - 49%	Sedang
50% - 81%	Kuat
>80%	Sangat Kuat

Sumber : Guilford yang dikutip oleh supranto (2001).

Pada tabel coefficients regresi sederhana diatas menunjukkan nilai persamaan $Y = 15625,787 + 12,036X$. Pesamaan tersebut dapatlah diartikan bahwa jika terjadi perubahan pada nilai X atau Jarak, maka Harga Produk Mengalami perubahan.

Misalnya, X sejauh 5 km maka nilai Y adalah :

$$Y = 15625,787 + 12,036 (5)$$

$$Y = 15625,787 + 60,18$$

$$Y = 15685.967$$

Jadi, jika terjadi peningkatan 1 km pada jarak, maka harga produk juga akan mengalami peningkatan sebesar 12,036.

Tabel 4.10

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	5734340.999	1	5734340.999	13.943	.065 ^b
Residual	822534.001	2	411267.000		
Total	6556875.000	3			

a. Dependent Variable: HARGA

b. Predictors: (Constant), JARAK

Pada tabel ANOVA diatas signifikasi ANOVA bernilai 0,065 dibandingkan engan $\alpha = 0,05$, maka nilai Sig ANOVA $> \alpha$ atau $0,065 > 0,05$. Dengan demikian maka penelitian ini menolak hipotesa alternatif (H_a), yaitu Jarak berpengaruh terhadap penetapan harga produk dan menerima Hipotesa observasi (H_o), yaitu Jarak tidak berpengaruh terhadap Penetapan Harga Produk Bimoli.

b. Aqua 600ml

Tabel 4.11 Variabel Penelitian

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	JARAK ^b		Enter

a. Dependent Variable: HARGA

b. All requested variables entered.

Pada tabel entered/removed diatas dijelaskan bahwa yang menjadi inti analisa dalam penelitian ini adalah variabel Jarak (Independen) dan variabel Harga sebagai variabel terikat (Dependen).

Tabel 4.12 Korelasi Sederhana

Correlations

		HARGA	JARAK
Pearson	HARGA	1.000	.939
Correlation	JARAK	.939	1.000
Sig. (1-tailed)	HARGA		.031
	JARAK	.031	
N	HARGA	4	4
	JARAK	4	4

Pada tabel correlation diatas sesuai dengan hasil yang diperoleh nilai $r = 0,939$ nilai tersebut jika dikomunikasikan dengan pedo-

man interpretasi koefisien korelasi diatas (Tabel 4.2.1), dapatlah dijelaskan bahwa jarak memiliki hubungan yang sifatnya sangat kuat dengan penetapan harga produk oleh karena berada pada interval koefisien 0.80 – 1.000.

Tabel 4.13 Keofisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.939 ^a	.881	.822	177.477

a. Predictors: (Constant), JARAK

b. Dependent Variable: HARGA

Pada tabel model summary koefisien determinasi, hasil analisis menunjukkan bahwa

nilai dari koefisien determinasi sebesar 0,881 atau 88,1%. Artinya jarak memberikan pengaruh sebesar 88,1% terhadap penetapan harga produk Aqua, sedangkan 11,9% dipengaruhi oleh faktor lain diluar jarak.

Nilai koefisien determinasi sebesar 0,881% atau 88,1% jika dikomunikasikan dengan pedoman interpretasi tinggi rendahnya koefisien determinasi diatas (Tabel 4.2.2), maka dapat diperoleh bahwa jarak memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap penetapan harga produk Aqua.

Tabel 4.14 Regresi inear Sederhana

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2099.465	127.130		16.514	.004
JARAK	3.574	.928	.939	3.851	.061

a. Dependent Variable: HARGA

Pada tabel coefficients regresi sederhana diatas menunjukkan nilai persamaan $Y = 2099,465 + 3.574 X$. Artinya setiap ada penambahan pada jarak maka harga produk Aqua akan mengalami perubahan. Misalnya X sejauh 5 km maka Y adalah:

$$Y = 2099,465 + 3,574 (5)$$

$$Y = 2099,465 + 17,87$$

$$Y = 2117.335$$

Jadi, jika terjadi peningkatan 1 km pada jarak, maka harga produk juga akan mengalami peningkatan sebesar 3,574.

Tabel 14.15

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	467003.999	1	467003.999	14.826	.061 ^b
Residual	62996.001	2	31498.000		
Total	530000.000	3			

a. Dependent Variable: HARGA

b. Predictors: (Constant), JARAK

Pada tabel ANOVA diatas signifikansi ANOVA bernilai 0,061 dibandingkan dengan $\alpha = 0,05$, maka nilai Sig ANOVA > dari α atau $0,061 > 0,05$. Dengan demikian maka penelitian ini menolak hipotesa alternatif (H_a) yaitu jarak berpengaruh terhadap penetapan harga produk Aqua dan menerima hipotesa observasi (H_o) yaitu jarak tidak berpengaruh terhadap penetapan harga produk Aqua.

c. Indomie Cakalang Goreng

Tabel 4.16 Variabel Penelitian

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	JARAK ^b		Enter

a. Dependent Variable: HARGA

b. All requested variables entered.

Pada tabel variables entered/removed diatas dijelaskan bahwa yang menjadi inti analisa dalam penelitian ini adalah variabel jarak (Independen) dan variabel Harga sebagai variabel terikat (Dependen)

Tabel 4.17 Korelasi Sederhana

Correlations			
		HARGA	JARAK
Pearson	HARGA	1.000	.978

Tabel 4.19 Regresi Linear Sederhan

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	2284.435	18.182		.000
	JARAK	.815	.122	.978	.022

a. Dependent Variable: HARGA

Correlation	JARAK	.978	1.000
Sig. (1-tailed)	HARGA		.011
N	JARAK	.011	
	HARGA	4	4
	JARAK	4	4

Pada tabel correlations diatas sesuai dengan hasil yang diperoleh nilai $r = 0,978$, nilai tersebut jika dikomunikasikan dengan pedoman interpretasi koefisien korelasi diatas (tabel 4.2.1) jarak memiliki hubungan yang sifatnya sangat kuat dengan penetapan harga produk Indomie cakalang goreng oleh karena berada pada interval koefisien $0.80 - 1.000$.

Tabel 4.18 Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.978 ^a	.957	.936	24.262

a. Predictors: (Constant), JARAK

b. Dependent Variable: HARGA

Pada tabel model summary koefisien determinasi, hasil analisis menunjukkan bahwa nilai dari koefisien determinasi sebesar 0,957 atau 95,7%. Artinya jarak memberikan pengaruh sebesar 95,7% terhadap penetapan harga produk Indomie cakalang goreng, sedangkan 4,3% dipengaruhi oleh faktor lain diluar jarak.

Pada tabel coefficients regresi sederhana diatas menunjukkan nilai persamaan $Y = 2284,435 + 0,815 X$. Persamaan tersebut dapatlah diartikan bahwa jika terjadi perubahan pada nilai X atau jarak, maka harga produk mengalami perubahan. Misalnya X sejauh 5 km maka Y adalah :

$$Y = 2284,435 + 0,815 (5)$$

$$Y = 2284,435 + 4,075$$

$$Y = 2288,51$$

Jadi, jika terjadi peningkatan 1 km pada jarak, maka harga produk juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,815.

Tabel 4.20

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	26322.695	1	26322.695	44.717	.022 ^b
Residual	1177.305	2	588.652		
Total	27500.000	3			

a. Dependent Variable: HARGA

b. Predictors: (Constant), JARAK

Pada tabel ANOVA diatas signifikasi ANOVA bernilai 0,022 dibandingkan dengan $\alpha = 0,05$, maka nilai Sig ANOVA < dari α atau $0,022 < 0,05$. Dengan demikian maka penelitian ini menolak hipotesa observasi (H_0) yaitu jarak tidak berpengaruh terhadap penetapan harga produk Indomie Cakalang Goreng dan menerima hipotesa alternatif (H_a) yaitu jarak berpengaruh terhadap penetapan harga produk Indomie Cakalang Goreng.

V. KESIMPULAN

1. Pada tabel coefficients regresi sederhana, jarak memberikan pengaruh terhadap penetapan harga produk minyak goreng Bimoli 1-L. Dimana $Y = 15625,787 + 12,036X$. Sedangkan pada tabel model summary koefisien determinasi, jarak memberikan pengaruh, dengan kuatnya hubungan sebesar 0,875. Namun dalam penelitian ini hipotesis menolak H_a yaitu jarak berpengaruh terhadap penetapan harga produk dan menerima H_0 yaitu jarak tidak berpengaruh terhadap penetapan harga produk, dengan nilai Signifikasi ANOVA 0,065. Artinya nilai Signifikasi ANOVA > 0,05. Hal ini terjadi dikarenakan, tempat perbelanjaan yang jaraknya dekat dengan tempat produksi / pabrik, tidak menjamin harga produk minyak goreng Bimoli 1-L itu murah. Sebaliknya, tempat perbelanjaan yang jauh dari tempat produksi/pabrik, memiliki harga yang lebih mahal. Jadi setiap tempat pebe-

fisien determinasi, jarak memberikan pengaruh, dengan kuatnya hubungan sebesar 0,875. Namun dalam penelitian ini hipotesis menolak H_a yaitu jarak berpengaruh terhadap penetapan harga produk dan menerima H_0 yaitu jarak tidak berpengaruh terhadap penetapan harga produk, dengan nilai Signifikasi ANOVA 0,065. Artinya nilai Signifikasi ANOVA > 0,05. Hal ini terjadi dikarenakan, tempat perbelanjaan yang jaraknya dekat dengan tempat produksi / pabrik, tidak menjamin harga produk minyak goreng Bimoli 1-L itu murah. Sebaliknya, tempat perbelanjaan yang jauh dari tempat produksi/pabrik, memiliki harga yang lebih mahal. Jadi setiap tempat pebe-

lanjaan di masing-masing daerah, dengan jarak yang berbeda-beda, memiliki harga yang berbeda-beda juga / bervariasi.

Berdasarkan tabel coefficients regresi sederhana, jarak memberikan pengaruh terhadap penetapan harga produk Aqua 600ml. Dimana $Y = 2099,465 + 3,574X$. Sedangkan pada tabel model summary koefisien determinasi, jarak memberikan pengaruh, dengan kuatnya hubungan sebesar 0,881. Namun dalam penelitian ini, hipotesis menolak H_a yaitu jarak berpengaruh terhadap penetapan harga produk dan menerima H_o , yaitu jarak tidak berpengaruh terhadap penetapan harga produk, dengan nilai Signifikansi 0,061. Artinya nilai Signifikansi ANOVA $> 0,05$. Hal ini terjadi dikarenakan, tempat perbelanjaan yang jaraknya dekat dengan tempat produksi/pabrik, tidak menjamin harga produk Aqua 600 ml itu murah. Sebaliknya, tempat perbelanjaan yang jauh dari tempat produksi/pabrik, memiliki harga yang lebih mahal. Jadi setiap tempat pembelian di masing-masing daerah, dengan jarak yang berbeda-beda, memiliki harga yang berbeda-beda juga / bervariasi.

2. Jarak memberikan pengaruh yang sangat kuat terhadap penetapan harga produk In-

domie Cakalang Goreng. Dimana $Y = 2284,435 + 0,815X$, dengan kuatnya hubungan sebesar 0,957. Dalam penelitian ini, hipotesis menerima H_a yaitu jarak berpengaruh terhadap penetapan harga produk Indomie Cakalang Goreng, dan menolak H_o yaitu jarak tidak berpengaruh terhadap penetapan harga produk Indomie Cakalang Goreng.

DAFTAR PUSTAKA

Alma, Buchari. 2002. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfa Beta

<http://id.wikipedia.org/wiki/Jarak>

<http://www.scribd.com/doc/164218405/Pengertian-Harga>

<http://www.pendidikanekonomi.com/2013/02/pengertian-dasar-penetapan-dan-tujuan.html>

<http://kangom.blogspot.com/2013/03/definisi-produk-menurut-ahli.html>

Indriyo Gitosudarmo dan Basri. (2008). *Manajemen keuangan*, edisi 4., BPFE Yogyakarta.

Kotler, Philip dan Armstrong Gary. 1996. *Dasar-Dasar Pemasaran-Jilid 2 Edisi 6*, Jakarta: Intermedia.

Kotler, Philip dan Armstrong, Gary, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 2, Edisi

YAYASAN AKRAB PEKANBARU

Jurnal AKRAB JUARA

Volume 6 Nomor 2 Edisi Mei 2021 (78-89)

Kedelapan, Penerbit Erlangga,
Jakarta, 2001

Kotler, Philip, Manajemen Pemasaran, Jilid II,
Edisi Indonesia, Edisi Milenium, Edisi
Kesepuluh, Penerbit PT. Prenhallindo,
Jakarta, 2002

Orville C. Walker, Boyd. Harper W, Larreche,
Jean Claude. 2005. *Manajemen*

*Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis
dengan Orientasi Global.* Jakarta:
Erlangga.

Rambat Lopiyoadi dan Hamdani A. 2008.
Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta:
Salemba Empat

Sugiyono. (2007). Statistika Untuk Penelitian.
Bandung. Penerbit : CV. Alfabeta