

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, K., Akuntansi Manajemen Dasar-Dasar Konsep Biaya dan Pengambilan Keputusan, Penerbit PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2006**
- Arikunto, S . Manajemen Penelitian, Edisi ketiga, Penerbit PT. Rineke Cipta, Jakarta, 2002**
- Garrison dan Noreen., Akuntansi Manajerial, terjemahan: A.Totok Budisantoso, Penerbit Salemba Empat, Jakarta, 2001**
- Indriantoro, N., dan Bambang Supomo., Metodologi Penelitian Bisnis Edisi Pertama, Penerbit BPFE Yogyakarta, Yogyakarta, 2002**
- Iamb, Hair dan McDaniel., Pemasaran, terjemahan : David Octarevia, Buku 2, Penerbit Salemba Empat, Jakarta, 2001**
- Machfoed, M.. Akuntansi Manajemen Buku dua Edisi Keempat. Penerbit BPFE Yogyakarta, Yogyakarta, 2001**
- Mulyadi., Akuntansi Biaya, Edisi Kelima, cetakan ketujuh, Penerbit Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yayasan Keluarga Pahlawan Negara (STIE YKPN), Yogyakarta, 2005**
- _____., Akuntansi Manajemen Konsep, Manfaat & Rekayasa, Edisi 3, Penerbit salemba Empat, Jakarta. 2001**
- Supriyono, R.A., Akuntansi Manajemen 3 Proses Pengendalian Manajemen, Penerbit BPFE Yogyakarta, Yogyakarta. 2000**
- _____., Akuntansi Biaya Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok, Buku satu, Edisi kedua, Penerbit BPFE Yogyakarta , Yogyakarta, 2001**
- Sugiyono., Metode Penelitian Bisnis. Penerbit CV Alfabeta. Bandung. 2005**
- Simamora, H.. Manajemen Pemasaran Internasional, Jilid dua, Penerbit Salemba Empat. Jakarta, 2000**
- Stanton, J.W.. Prinsip Pemasaran Edisi Tujuh, Terjemahan : Y. Lamarto, Penerbit Salemba Empat, Jakarta, 2000**
- Swasta, B. Manajemen Pemasaran Jasa, Jakarta, Penerbit Prenhalindo, Edisi 1, 2001**

LEMBAR OBSERVASI

Objek Observasi : Analisis Penentuan Harga Jual
Tempat Observasi : PT. Star Internusa Medan
Nama Observer : Nelhyani, ST
Jabatan : Manajer Pemasaran
Waktu Observasi : 25 Mei 2009

No	Dokumen / Bukti lain	Hasil Observasi					Kode Dokumen
		ST (5)	T (4)	N (3)	KT (2)	TT (1)	
1.	Penentuan harga jual dipengaruhi oleh faktor permintaan dan penawaran.		√				
2.	Manajemen dalam menetapkan harga jual seringkali atas dasar biaya.		√				
3.	Perusahaan sebaiknya memahami karakteristik biaya agar proses pengambilan keputusan harga jual yang dilakukan tidak menyimpang dari yang seharusnya.		√				
4.	Dalam menetapkan harga jual harus berpedoman pada harga pokok.		√				
5.	Manajemen dapat menggunakan sistem harga pokok standar sebagai dasar penentuan harga jual.		√				
6.	Manajemen lebih baik menggunakan pendekatan variabel costing atas perhitungan harga pokok sebagai alat perencanaan dan pengambilan keputusan jangka pendek.		√				
7.	Harga jual produk atau jasa harus dapat menutup biaya penuh yang bersangkutan dengan produk atau jasa dan menghasilkan laba yang dikehendaki.		√				
8.	Perusahaan mencoba menetapkan harga yang akan memaksimalkan laba selarang.			√			
9.	Semakin jelas tujuan perusahaan semakin mudah untuk menetapkan harga jualnya.			√			
10.	Dalam menentukan harga jual perusahaan harus mempertimbangkan faktor-faktor sebagai berikut : a. laba yang diinginkan b. produk c. biaya			√			

LEMBAR WAWANCARA

Objek Wawancara : Analisa Penentuan Harga Jual
Tempat Wawancara : PT. Star Internusa Medan
Nama Koresponden : Nellyani, ST
Jabatan Koresponden : Manajer Pemasaran
Waktu Wawancara : 25 Mei 2009

No	Dokumen / Bukti Lain	Argumen
1.	Apakah penentuan harga jual dipengaruhi oleh faktor permintaan dan penawaran.	Ya, faktor permintaan dan penawaran yang tinggi dapat menjadi salah satu penyebab naiknya harga jual rumah di perusahaan property.
2.	Apakah manajemen dalam menentukan harga jual seingkali atas dasar biaya.	Ya, ada beberapa hal dalam penentuan harga jual yang menjadi salah satunya adalah biaya.
3.	Apakah perusahaan sebaiknya memahami klasifikasi biaya agar proses pengambilan keputusan harga jual yang dilakukan tidak menyimpang dari yang seharusnya.	Ya, klasifikasi biaya sangat berpengaruh dalam penentuan harga pokok.
4.	Apakah dalam menetapkan harga jual harus berpedoman pada harga pokok.	Ya, setelah kita menentukan harga pokok perusahaan dapat membuat harga jual yang sesuai dengan keuntungan yang ingin didapatkan perusahaan.
5.	Apakah manajemen dapat menggunakan sistem harga pokok standar sebagai dasar penentuan harga jual.	Ya, sistem harga pokok standar dapat menentukan harga jual, tetapi akan lebih baik jika perusahaan memakai sistem HPP yang real, karena harga bahan baku dipasar sering sekali berubah sesuai dengan kondisi di pasar.
6.	Apakah manajemen lebih baik menggunakan pendekatan variabel costing atas perhitungan harga pokok sebagai alat perencanaan dan pengambilan keputusan jangka pendek.	Ya, pendekatan variable costing dapat dijadikan alat untuk perencanaan jangka pendek. Tetapi perusahaan menggunakan pendekatan full costing.
7.	Apakah harga jual produk atau jasa harus dapat menutup biaya penuh yang bersangkutan dengan produk atau jasa dan menghasilkan laba yang dikehendaki.	Ya, karena kalau tidak perusahaan akan mengalami kerugian dalam penjualan.
8.	Apakah perusahaan mencoba menetapkan harga yang akan memaksimalkan laba sekarang.	Tidak, karena perusahaan membuat penentuan harga jual dari beberapa faktor, antara lain : biaya HPP, permintaan konsumen dll

9.	Apakah semakin jelas tujuan perusahaan semakin mudah untuk menetapkan harga jualnya.	Ya, karena perusahaan sudah eksis dan konsumen sudah percaya maka akan lebih mudah dalam menentukan harga jual.
10.	Apakah dalam menemukan harga jual perusahaan harus mempertimbangkan faktor-faktor sebagai berikut: a. laba yang diinginkan b. produk c. biaya	Ya, dan faktor pasar yang positif membuat perusahaan lebih mudah dalam menentukan harga yang lebih baik.