

ABSTRACT

The purpose of the research is to find out how far the influence of Product Development on the selling volume of Daniella shoes & ladies sandals in Yasico Incorporation Bandung.

The data which is needed for the research are gained through the library research and field research included observation, interview, and questioner given to 30 respondents. The questioner contains few questions about respondent's reaction to product concept which is the result of company's product development. From the name and package test and the use test we knew were the product concept which are made were fit to consumer's desire or were not. From the market segment test we knew which segment that can be aimed as a target of company's product. From the market test company can estimate their -selling volume.

The research was performed by spreading the questioner to 30 respondents with the respondent profile as follow : All costumers are female (100%), aged above 46 years old, with Academic education background (33,33%), and as a household (53,33 %).

The statistic test performed by using the Rank Spearman Correlation Analysis (rs), Founded rs = 0,93 which indicate that there is a very strong correlation connection between product development with the increasing of selling volume.

The amount of product development influence to the increasing of sales volume were gained by performing Coefficient Determination and we found that the variable of product development had an influence for 86 % to the increasing of selling volume and the 14 % of the residue were the variable influenced by other factor such as promotion, price, competitor, distribution channel, etc.

According to the Hypothesis test we found that $t(\text{count}) > t(\text{table})$, it is : $5,060 > 2,132$, According to the testing criteria H_0 was rejected, and H_1 was accepted, It means there is a strong or significant connection between the product development with the increasing of selling volume.

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana pengaruh pengembangan produk terhadap volume penjualan sepatu dan selop Daniella pada PT. Yasico di Bandung.

Data untuk keperluan penelitian ini diperoleh melalui penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan yaitu berupa observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner kepada 30 orang responden. Kuesioner ini berisi beberapa pertanyaan yang akan memancing reaksi responden terhadap konsep produk yang merupakan hasil dari pengembangan produk yang dilakukan perusahaan. Dari reaksi responden tersebut dapat diketahui apakah konsep produk yang diciptakan sudah sesuai dengan selera konsumen atau belum dari tes nama dan kemasan dan tes penggunaan. Dari tes segmen pasar dapat diketahui segmen pasar mana yang dapat dijadikan sasaran pemasaran dari produk perusahaan. Dari tes pasar perusahaan dapat memperkirakan volume penjualan.

Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 30 responden yang meliputi profil responden sebagai berikut : Seluruh pelanggan adalah Perempuan (100 %), berumur diatas 46 thn (60%), dengan latar belakang pendidikan akademik (33,33 %), dengan pekerjaan sebagai Ibu Rumah Tangga (53,33 %).

Uji statistik yang dilakukan dengan menggunakan analisa korelasi Rank Spearman (rs) dan diperoleh nilai rs sebesar 0,93 yang menunjukkan bahwa antara pengembangan produk dan peningkatan volume penjualan terdapat hubungan korelasi yang sangat kuat.

Besarnya pengaruh pengembangan produk terhadap peningkatan volume penjualan didapat dengan menghitung koefisien determinasi dan didapat hasil bahwa variabel pengembangan produk mempunyai pengaruh sebesar 86 % terhadap peningkatan volume penjualan dan sisanya sebesar 14 % adalah pengaruh dari variabel lain yang tidak diteliti seperti promosi, harga, pesaing, saluran distribusi, dan sebagainya.

Berdasarkan uji hipotesis diperoleh t (hitung) > t (tabel), yaitu : $5,060 > 2,132$, Berdasarkan kriteria pengujian maka H_0 ditolak, dan H_1 diterima, artinya ada hubungan yang berarti atau signifikan antara kegiatan pengembangan produk dengan peningkatan volume penjualan.

DAFTAR ISI

ABSTRAKSI	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi Masalah	3
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	3
1.4. Kerangka Pemikiran	4
1.5. Lokasi Penelitian	11
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Pengertian Pemasaran	12
2.2. Pengertian Manajemen Pemasaran	13
2.3. Bauran Pemasaran	14
2.3.1. Promosi	17
2.3.2. Tempat	18
2.3.3. Harga	18
2.3.4. Produk	19

2.4. Pengembangan Produk dan Produk Baru	23
2.4.1. Pengertian Pengembangan Produk	23
2.4.2. Pengertian Produk Baru	23
2.5. Daur Hidup Produk.....	26
2.6. Hubungan Pengembangan Produk dengan Volume Penjualan.....	28
2.7. Tahap – Tahap Pelaksanaan Pengembangan Produk	29
 BAB III : OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Objek Penelitian	35
3.1.1 Struktur Organisasi.....	36
3.1.2 Proses Produksi.....	42
3.1.3 Daerah Pemasaran Perusahaan.....	44
3.2. Metode Penelitian	44
3.2.1 Teknik Pengumpulan Data	45
3.2.2 Sampel	46
3.2.3 Metode Analisis Data	49
 BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Hasil penelitian.....	54
4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	54
4.2. Pembahasan.....	56
4.2.1. Tujuan PT. Yasico Melakukan Pengembangan Produk.....	56
4.2.2. Faktor-Faktor Yang Mendorong PT. Yasico Melakukan	

Kegiatan Pengembangan Produk	57
4.2.3. Pelaksanaan Pengembangan Produk Yang Dilakukan	
PT. Yasico.....	60
4.2.4. Pengujian Konsep Produk.....	63
4.2.4.1 Hasil survei menurut Tes Nama Dan Kemasan.....	63
4.2.4.2 Hasil survei menurut Tes Penggunaan Produk.....	65
4.2.5. Prospek Pemasaran & Segmen Pasar.....	70
4.2.5.1. Hasil survei segmen pasar.....	70
4.2.5.2. Hasil survei prospek pemasaran.....	73
4.2.6. Analisis Pengaruh Pengembangan Produk Terhadap Volume	
Penjualan Sepatu Dan Selop Daniella Pada PT. Yasico	75

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	83
5.2. Saran	89

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3 – 1 : Operasionalisasi Variabel.....	48
Tabel 4 – 1 : Persentase responden berdasarkan pendapat apakah nama merek mudah diingat.....	63
Tabel 4 – 2 : Persentase responden berdasarkan pendapat a pakah nama merek mudah diucapkan.....	63
Tabel 4 – 3 : Persentase responden berdasarkan pendapat apakah nama dan kemasan produk menarik dan sesuai dengan citra produk.....	64
Tabel 4 – 4 : Persentase responden berdasarkan pendapat bagaimana model / desain produk Daniella.....	65
Tabel 4 – 5 : Persentase responden berdasarkan pendapat kenyamanan produk saat dipakai.....	66
Tabel 4 – 6 : Persentase responden berdasarkan pendapat apakah model / desain produk bervariasi.....	67
Tabel 4 – 7 : Persentase responden berdasarkan tinggi hak sepatu / selop yang diinginkan.....	68
Tabel 4 – 8 : Persentase responden berdasarkan jenis bahan sepatu / selop yang paling disukai.....	68
Tabel 4 – 9 : Persentase responden berdasarkan pendapat apakah produk sudah sesuai dengan keinginan.....	69
Tabel 4 – 10 : Persentase responden berdasarkan usia.....	70

Tabel 4 – 11 : Persentase responden berdasarkan jenis kelamin.....	71
Tabel 4 – 12 : Persentase responden berdasarkan tingkat pendidikan.....	71
Tabel 4 – 13 : Persentase responden berdasarkan pekerjaan.....	72
Tabel 4 – 14 : Persentase responden berdasarkan frekuensi membeli produk Daniella.....	73
Tabel 4 – 15 : Persentase responden berdasarkan kemungkinan untuk membeli produk bila ada produk baru yang di luncurkan.....	74
Tabel 4 – 16 : Data penjualan dan total biaya pengembangan produk sepatu dan selop Daniela PT. Yasico tahun 1999 s/d 2004.....	75
Tabel 4–17 : Analisis realisasi hasil penjualan Terhadap biaya pengembangan produk PT. Yasico tahun 1999 s/d 2004.....	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 - 1 : Kerangka Pemikiran.....	10
Gambar 2 - 1 : Bauran Pemasaran.....	16
Gambar 3 - 1 : Struktur Organisasi.....	37
Gambar 4 - 1 : Distribusi “t”.....	82