

ABSTRAK

Perkembangan teknologi sekarang ini sudah semakin maju seiring dengan perubahan gaya hidup konsumen, sehingga berpengaruh pada pengambilan keputusan konsumen yang semakin baik. Semakin bertambahnya jumlah produsen yang menawarkan produk sepatu, menyebabkan persaingan dalam bisnis sepatu semakin ketat. Max Baren's adalah salah satu perusahaan sepatu yang dalam pertumbuhannya selalu berusaha memberikan yang terbaik bagi pelanggannya. Perusahaan menerapkan pengembangan produk untuk mempertahankan kualitas yang baik dimata pelanggan yang sekiranya dapat pula meningkatkan volume penjualan.

Pengembangan produk merupakan hal penting yang harus dilakukan oleh suatu perusahaan dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen sekaligus untuk mempertahankan dan meningkatkan penjualan. Pengembangan produk merupakan suatu usaha yang tidak hanya memodifikasi produk yang sekarang ada tetapi juga dapat menciptakan produk-produk baru untuk diproduksi dan dipasarkan.

Penyusunan skripsi ini menggunakan metode deskriptif, yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data sesuai keadaan yang sebenarnya, memberikan gambaran dan analisis mengenai masalah-masalah yang ada dan pada akhirnya akan ditarik kesimpulan.

Faktor-faktor yang mendorong perusahaan Max Baren's melakukan pengembangan produk adalah karena adanya tujuan perusahaan untuk meningkatkan volume penjualan, keinginan meningkatkan laba, mengatasi persaingan yang ada, adanya perubahan mode dan selera konsumen. Tahap-tahap pengembangan yang dilakukan dimulai dengan pemunculan gagasan, penyaringan gagasan, analisa bisnis, pengembangan produk, uji coba pemasaran, komersialisasi. Operasionalisasi yang menjadi variabel dalam penelitian ini adalah pengembangan produk (variabel independen) dan volume penjualan (variabel dependen). Hasil penelitian dengan menggunakan SPSS pada analisis regresi diperoleh $Y = -47716,7 + 0,000634x$. Pengujian hipotesis melalui perhitungan SPSS dihasilkan : sig 0,016 < p value 0,05 berarti H_0 ditolak, H_1 diterima berarti ada hubungan yang menyebabkan pengembangan produk mempunyai pengaruh terhadap volume penjualan. Perhitungan korelasi pearson dengan SPSS diperoleh 0,943 yang menunjukkan adanya hubungan yang tinggi atau kuat antara pengembangan produk dengan volume penjualan. Perhitungan koefisien determinasi dengan menggunakan SPSS diperoleh hasil sebesar 89%. Hal ini berarti bahwa peningkatan volume penjualan dipengaruhi oleh pengembangan produk sebesar 89% dan sisanya sebesar 11% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diukur seperti promosi produk atau yang lainnya.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa peranan pengembangan produk terhadap hasil penjualan berhasil, namun disisi lain diharapkan perusahaan Max Baren's dapat menganalisa keinginan pasar dengan lebih baik, memperluas ide-ide produk baru, mengevaluasi secara berkala terhadap seluruh tahap pengembangan produk yang telah dilakukannya.

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix

BAB I PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2	Identifikasi Masalah.....	3
1.3	Maksud dan Tujuan Penelitian.....	4
1.4	Kegunaan Penelitian.....	5
1.5	Kerangka Pemikiran.....	5
1.6	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	8
1.7	Sistematika Penelitian.....	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1	Pengertian Pemasaran.....	11
2.2	Bauran Pemasaran.....	12
2.3	Pengertian Manajemen Pemasaran.....	13
2.4	Pengertian Produk.....	14
2.4.1	Tingkatan Produk.....	15

2.4.2	Klasifikasi Produk.....	16
2.4.3	Atribut Produk.....	19
2.5	Pengertian Produk Baru.....	19
2.6	Pengertian Pengembangan Produk.....	22
2.6.1	Faktor-faktor Pendorong Pengembangan Produk Baru.....	23
2.6.2	Faktor-faktor Penghambat Pengembangan Produk Baru.....	26
2.6.3	Tahap-tahap Pengembangan Produk Baru.....	28
2.6.4	Hubungan Pengembangan Produk Baru dengan Siklus Kehidupan Produk.....	30
2.7	Hubungan Pengembangan Produk dengan Volume Penjualan.....	37

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1	Sejarah Singkat Perusahaan.....	39
3.2	Struktur Organisasi Perusahaan.....	40
3.3	Proses Produksi Sepatu.....	43
3.4	Metode Penelitian.....	44
3.4.1	Sumber Data.....	44
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.4.3	Operasionalisasi Variabel.....	45
3.4.4	Metode Analisis.....	47

BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1	Faktor-faktor Pendorong Pelaksanaan Pengembangan Produk pada Perusahaan Max Baren's.....	49
4.2	Tahap-tahap Pengembangan Produk yang Dilakukan Perusahaan Max Baren's.....	50
4.3	Analisis Pengaruh Pengembangan Produk dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Perusahaan Max Baren's.....	52
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1	Kesimpulan.....	61
5.2	Saran.....	63

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.2	Operasionalisasi variabel.....	46
Tabel 4.1	Data biaya pengembangan produk dan volume penjualan pada perusahaan Max Baren's	55

DAFTAR GAMBAR

1.1	Bagan Kerangka Pemikiran.....	10
3.1	Struktur Organisasi Perusahaan Sepatu Max Baren's.....	42
4.2	Grafik Volume Penjualan Sepatu Max Baren's.....	58