

## ABSTRAK

Seiring dengan perkembangan kebutuhan hidup manusia pada saat ini kebutuhan sandang yang diperlukan tidak hanya terdiri dari satu stel pakaian yang berfungsi untuk menutupi aurat saja, namun juga terdiri dari pelengkap-pelengkap yang membuat busana atau pakaian tersebut menjadi lebih baik dan membuat hidup manusia lebih nyaman. Salah satu pelengkap tersebut adalah kaos kaki.

Pada penelitian ini, produk yang diteliti adalah produk kaos kaki olahraga. Kaos kaki olahraga yang umumnya dipergunakan oleh konsumen pada saat berolahraga tidak hanya berfungsi untuk melindungi kaki dari gesekan antara kaki dan sepatu, tetapi juga sebagai salah satu asesoris dalam busana olahraga.

Produk kaos kaki olahraga juga merupakan bagian dari fashion produk yang selalu berkembang baik dari segi bentuk maupun desain atau modelnya. Kaos kaki olahraga yang ada pada saat ini telah memiliki bentuk umum yang pada penggunaannya telah memberikan kenyamanan yang baik kepada konsumen, sehingga apabila ada perkembangan produk yang harus dan dapat dilakukan pada kaos kaki olahraga lebih cenderung pada desain atau variasi tambahan.

Dengan adanya product development pada produk kaos kaki olahraga maka kaos kaki olahraga ini dapat dikatakan sebagai new product. Pada penelitian ini penulis akan menganalisa apakah product baru yang merupakan hasil dari product development dapat meningkatkan volume penjualan produk kaos kaki olahraga. Oleh karena itu hipotesis yang penulis ajukan adalah “ **Peranan Product Development Di Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Kaos Kaki Olahraga Yang Diproduksi Oleh Produsen CV Pacific Socks Knitting Factory Di Kota Bandung** “.

Metode penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah Korelasi Pearson sedangkan jenis penelitian yang dipergunakan adalah deskriptif analisis. Teknik pengumpulan data menggunakan personel interview dan library research, sedangkan analisa data dilakukan melalui pendekatan kuantitatif.

Berdasarkan hasil Korelasi Pearson, penulis memperoleh nilai sebesar 0.913. Dari hasil perhitungan tersebut membuktikan bahwa dengan dilaksanakannya product development mempunyai peranan sebesar 91,3% dalam meningkatkan volume penjualan. Hal ini dapat terlihat dari adanya struktur organisasi yang cukup memadai, proses produksi yang berjalan baik, produk yang dihasilkan memuaskan serta pasar yang dilayani terkoordinir dengan baik. Akan tetapi penulis menghadapi kekurangan dalam masalah menentukan ide-ide yang digunakan untuk menciptakan product development yang dapat meningkatkan volume penjualan kaos kaki olahraga

## **ABSTRACT**

In the progress of human life development, the needs for clothing has shift from the more needs for aesthetic purpose into the needs of complementary fashions goods that can create a better apparel and add comfort to human life. One of these complementary fashions is footwares such as socks.

In the research, the product that we are going to look at is sports socks. Sports socks, that commonly used by customer during sport activities, is not only function to protect our foot from blister but it has become one of many accessories in sports wear.

Sports socks products is one part of fashion products that always evolve in its shape, design or model. Sports socks, as we know it today, has obtain it prevalent form or shape that can provide comfort to its users. Because of that, the development of sports socks products can only be accomplished through its design.

The implication of product development in sport socks products has produce new sport spcks products. In this research we are going to analyse the contribution made by new sports socks, as an outcome of products development, in increasing the volume of sales of sports socks products. Because of tahat, the title of this reseach is the analyse of product development in increasing the volume of sales of sport socks products produced by CV Pasific Sock Knitting Factory in Bandung.

The method used in this research is by survey research, and the type of research used is descriptive analysis. The sampling technique used for the interview is based on purposive sampling and data is obtain from personal interview and library research. Data analysis is done from the qualitative approach.

## DAFTAR ISI

<b>Abstrak</b> .....	i
<b>Kata Pengantar</b> .....	ii
<b>Daftar Isi</b> .....	vi
<b>Daftar Tabel</b> .....	ix
<b>Daftar Gambar</b> .....	x
<b>BAB I      PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	3
1.2.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Kegunaan Penelitian.....	5
<b>BAB II      KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN                     HIPOTESIS</b>	
2.1 Kajian Pustaka.....	6
2.1.1 Pengertian Marketing.....	7
2.1.2 Pengertian Marketing Mix.....	10
2.1.3 Price.....	13

2.1.4	Place.....	14
2.1.4.1	Strategi Distribusi.....	15
2.1.4.2	Manfaat Perantara.....	17
2.1.5	Promotion.....	18
2.1.6	Product.....	19
2.1.7	Pengertian New Product.....	24
2.1.8	Pengertian Product Development.....	27
2.1.9	Faktor-faktor Pendorong Dilakukannya Product Development.....	29
2.1.10	Tahap-tahap Dalam Proses Product Development.....	33
2.2	Kerangka Pemikiran.....	37
2.3	Hipotesis.....	41
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>		
3.1	Metode Penelitian yang digunakan.....	42
3.2	Operasionalisasi Variabel.....	43
3.3	Sumber dan Cara Penentuan Data.....	47
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.5	Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis.....	49

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1	Profil Perusahaan	
4.1.1	Sejarah Perusahaan.....	52
4.1.2	Struktur Organisasi Perusahaan.....	53
4.1.3	Produk yang Dihasilkan Perusahaan.....	59
4.1.4	Pasar yang Dilayani.....	59
4.1.5	Proses Produksi.....	60
4.2	Proses Product Development yang dilaksanakan Cv Pasific Sock Knitting Factory di Bandung.....	62
4.3	Peranan Product Development yang dilakukan Perusahaan dalam Meningkatkan Volume Penjualan.....	63

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1	Kesimpulan.....	71
5.2	Saran.....	72

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **DAFTAR TABEL**

- 3.1 Operasional Variabel
- 4.3 Data Produk Development dan Volume Penjualan

## **DAFTAR GAMBAR**

- 2.1 Bauran Pemasaran
- 4.1 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan CV Pasific Sock Knitting Factory
- 4.2 Proses Produksi