

## ABSTRAK

Dalam penulisan skripsi ini, penulis tertarik memilih topik mengenai produk pakaian. Beraneka ragamnya, motif, desain, model, merek dan juga warna menunjukkan betapa ketatnya persaingan antar produsen produk tersebut. Oleh sebab itu, setiap produsen perlu mengusahakan agar produk yang dihasilkan dapat bertahan dipasar. Salah satu strategi yang dapat dilakukan perusahaan adalah dengan melakukan pengembangan produk. Pengembangan produk merupakan suatu upaya perusahaan dalam membuat suatu produk baru atau menyempurnakan produk yang sudah ada untuk mempertahankan posisi produk didalam pasar juga memenangkan persaingan serta memperluas jangkauan produk pada pangsa pasar yang dituju.

Namun dalam melakukan pengembangan produk tersebut tidaklah mudah, sebab pengembangan produk amat rentan dengan siklus hidup produk, perubahan selera konsumen, perubahan teknologi dan peningkatan persaingan. Karena inilah, setiap perusahaan yang akan melakukan pengembangan produk harus memiliki persiapan yang matang agar produk yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Penulis memilih PT. Panca Brothers Central Garmenindo sebagai objek penelitian, karena penulis menilai perusahaan ini cukup berhasil dalam melaksanakan pengembangan produk.

Dari hasil penelitian dan pengolahan data dengan menggunakan korelasi Rank Spearman dengan menggunakan alat bantu statistik yaitu dengan metode SPSS versi 13.0 dapat diketahui bahwa korelasi pengembangan produk dengan minat beli konsumen yaitu sebesar 0,894 serta perhitungan uji signifikansi dengan tingkat  $\alpha = 5\%$  menghasilkan  $p$  value  $(0,00) > 0,05$  sedangkan dari hasil perhitungan koefisien determinasi dapat diketahui bahwa besarnya pengaruh antara pengembangan produk dengan minat beli konsumen adalah sebesar 79,92% dan sisanya sebesar 20,08% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang diasumsikan tetap.

Dengan demikian hipotesis yang penulis ajukan yaitu “ Terdapat Hubungan Yang Positif Antara Kegiatan Pengembangan Produk Yang Dilaksanakan Dengan Minat Beli Kosumen “ dapat diterima.

## DAFTAR ISI

<b>Kata Pengantar</b> .....	<i>i</i>
<b>Ucapan Terima Kasih</b> .....	<i>ii</i>
<b>Abstrak</b> .....	<i>iv</i>
<b>Daftar Isi</b> .....	<i>v</i>
<b>Daftar Tabel</b> .....	<i>viii</i>
<b>Daftar Gambar</b> .....	<i>xi</i>
<b>Bab I Pendahuluan</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	4
1.2 Maksud dan Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Kegunaan Penelitian .....	5
1.5 Kerangka Pemikiran .....	6
1.6 Waktu dan Lokasi Penelitian .....	11
<b>Bab II Tinjauan Pustaka</b>	
2.1 Produk .....	12
2.1.1 Pengertian Produk .....	12
2.1.2 Klasifikasi Produk .....	13
2.2 Pengembangan Produk dan Produk Baru .....	16
2.2.1 Faktor-faktor yang Mendorong Dilakukannya	

Pengembangan Produk .....	19
2.2.2 Faktor-Faktor Penghambat Dalam Melakukan Pengembangan Produk .....	20
2.2.3 Proses Pengembangan Produk Baru .....	22
2.2.4 Evaluasi Produk Baru .....	29
2.2.5 Faktor-Faktor Penentu Penggunaan Model Evaluasi Produk Baru .....	30
2.2.6 Model-Model Evaluasi Produk Baru .....	31
2.3 Minat Beli Konsumen_.....	34
2.3.1 Pengertian Minat Beli Konsumen .....	34
2.3.2 Tahap-Tahap dalam Minat Beli Konsumen .....	34
2.4 Dimensi Kualitas Produk Pakaian_.....	35
2.5 Pengaruh Pengembangan Produk dengan Minat Beli Konsumen .....	38

### **Bab III Objek dan Metodologi Penelitian**

3.1 Objek Penelitian	
3.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....	39
3.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan .....	41
3.1.3 Aktivitas Perusahaan .....	49
3.1.4 Fasilitas Produksi Perusahaan .....	50
3.1.5 Bahan Baku yang Digunakan .....	51
3.2 Metode Penelitian .....	52

3.2.1 Metode Pengambilan Sampel .....	52
3.2.2 Operasional Variabel .....	53
3.2.3 Jenis dan Sumber Data .....	55
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data .....	55
3.2.5 Teknik Pengolahan dan Analisis Data .....	56
<b>Bab IV Analisa dan Pembahasan Hasil Penelitian</b>	
4.1 Tujuan Perusahaan Melakukan Pengembangan Produk .....	59
4.2 Proses Pengembangan Produk .....	61
4.3 Karakteristik Responden .....	65
4.4 Pengembangan Produk .....	70
4.5 Minat Beli Konsumen .....	78
4.6 Analisa Hubungan Pengembangan Produk dengan Minat Beli Konsumen .....	85
<b>Bab V Kesimpulan dan Saran</b>	
Kesimpulan .....	87
Saran .....	88
<b>Daftar Pustaka</b>	xii
<b>Lampiran</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Operasional Variabel (Variabel X) .....	54
Tabel 3.2	Variabel (Variabel Y) .....	55
Tabel 3.3	Bobot Jawaban Responden untuk Pernyataan yang Mangacu Pengembangan Produk.....	57
Tabel 3.4	Bobot Jawaban Responden untuk Pernyataan yang Mangacu pada Minat Beli Konsumen .....	57
Tabel 4.3.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	66
Tabel 4.3.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	67
Tabel 4.3.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir/Sedang Ditempuh .....	68
Tabel 4.3.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	68
Tabel 4.3.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	69
Tabel 4.4.1	Tanggapan Responden Mengenai Kemampuan PT. Panca Brothers Central Garmeninda dalam Memodifikasi Produk Lama .....	70
Tabel 4.4.2	Tanggapan Responden Mengenai Evaluasi Penyaringan Gagasan yang Dilakukan oleh PT. Panca Brothers Central Garmeninda dalam Melakukan Pengembangan Produk .....	71
Tabel 4.4.3	Tanggapan Responden Mengenai Kesenambungan	

	Pengembangan Produk yang Dilakukan oleh PT. Panca Brothers Centraal Garmenindo .....	72
Tabel 4.4.4	Tanggapan Responden Mengenai Saluran Distribusi PT Panca Brothers Central Gramenindo .....	73
Tabel 4.4.5	Tanggapan Responden Mengenai Permintaan akan Produk Sweater yang Dihasilkan oleh PT. Panca Brothers Central Garmenindo .....	74
Tabel 4.4.6	Tanggapan Responden Terhadap Penggunaan Teknologi dalam Menghasilkan Sweater .....	75
Tabel 4.4.7	Tanggapan Responden terhadap Pangsa Pasar Produk Sweater yang Dihasilkan oleh PT. Panca Brothers Central Garmenindo	76
Tabel 4.4.8	Tanggapan Responden terhadap Kegiatan Komersialisasi yang Dilakukan oleh PT. Panca Brothers Central Garmenindo .....	77
Tabel 4.5.1	Tanggapan Responden Apakah Model Sweater yang Dihasilkan dapat Menarik Minat Beli Konsumen .....	78
Tabel 4.5.2	Tanggapan Responden Apakah Warna-Warna Sweater yang Dihasilkan dapat Menarik Minat Beli Konsumen .....	79
Tabel 4.5.3	Tanggapan Responden Apakah Kualitas Bahan yang Digunakan dapat Menarik Minat Beli Konsumen .....	80
Tabel 4.5.4	Tanggapan Responden Apakah Perbandingan Harga yang Ditetapkan dengan Produk yang Dihasilkan dapat Menarik	

	Minat Beli Konsumen .....	81
Tabel 4.5.5	Tanggapan Responden Apakah Kenyamanan Sweater Saat Dipakai dapat Menarik Minat Beli Konsumen .....	82
Tabel 4.5.6	Tanggapan Responden Apakah Merk Sweater Yang Dipangsa Pasar Dapat Menarik Minat Beli Konsumen .....	83
Tabel 4.5.7	Tanggapan Responden Apakah Model, Warna, Kualitas Bahan Yang Digunakan, Harga Dan Merk Sweater Dapat Menarik Minat Beli Konsumen .....	84

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Bagan Kerangka Pemikiran	10
Gambar 2.1	Dimensi Kualitas Produk Pakaian .....	37
Gambar 3.1	Struktur Organisasi	42