

ABSTRAK

Dalam penulisan skripsi ini , penulis tertarik memilih topic mengenai produk minuman . Beraneka rasanya , warna , kemasan , volume , dan mereknya menunjukkan betapa ketatnya persaingan antar produsen produk tersebut. Oleh sebab itu , setiap produsen perlu mengusahakan agar produk yang dihasilkan dapat bertahan di pasar. 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 di dalam 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 yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Penulis memilih PT.Ultrajaya Milk Industry &Trading Company sebagai objek penelitian , karena penulis memakai perusahaan ini cukup berhasil dalam melaksanakan pengembangan produk.

Dengan metode survey pada pelanggan Susu UHT dan Buavita yaitu penyelidikan yang diadakan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan-keterangan secara factual baik tentang institusi social, ekonomi atau politik dari suatu daerah/kelompok. Dengan cara membagikan kuesioner kepada 100 orang, untuk mengetahui besarnya hubungan digunakan koefisien spearman dengan hasil 0,894 dan untuk menguji hipotesis digunakan uji t dengan alpha 5%.

Dengan demikian hipotesis yang penulis ajukan yaitu “ Terdapat Hubungan yang kuat antara Kegiatan Pengembangan Produk Yang Dilaksanakan Dengan Minat Beli Konsumen “ dapat diterima.

ABSTRACT

In writing of this final duty , writer interest to chosen topic concerning beverage product . Multifarious likely , colour , tidiness , volume , and its brand show what a tight are emulation between product producer. On that account , each every producer require to labour to yielded product can stay in market. One of the strategy able to be done by company is by conducting product development. Product development represent an company effort in making an new product or complete product which have there is to maintain product position in market also win emulation and also extend product reach at gone to market compartment.

But in conducting the the product development is not easy to , because product development very rentan with cycle live product , change of consumer appetite , change of technology and improvement of emulation. Because this is , every company to do yielded product development as according to requirement and desire of consumer.

Writer chosen PT.ULTRAJAYA Milk Industry & Trading Company as research object , because writer wear this company enough succeed in executing product development.

With method of survey at customer of Milk of UHT and of Buavita that is investigation performed to obtain get facts of existing symptoms and look for boldnesss by factual good about institution of social, political or economic from area group. By allotting kuesioner to 100 people, to know the level of relation used by coefficient of spearman with result 0,894 and to test hypothesis used by test of t with alpha 5%.

There by hypothesis which is writer raise that is " There are strong Relation between Activity Of Executed Product Development With Enthusiasm Buy Consumer " can be accepted.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Kegunaan Penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA , KERANGKA PEMIKIRAN dan HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka	
2.1.1 Produk	6
2.1.2 Pengertian Produk	6
2.1.3 Klasifikasi Produk	7
2.1.5 Pengembangan Produk dan Produk Baru.....	10
2.1.6 Faktor-faktor yang mendorong dilakukannya Pengembangan produk	12
2.1.7 Faktor- faktor penghambat dalam melakukan Pengembangan produk	14
2.1.8 Proses Pengembangan produk baru	16

2.1.9 Evaluasi produk baru.....	21
2.1.10 Faktor-faktor penentu penggunaan model evaluasi	
Produk baru	22
2.1.11 Model-model evaluasi produk baru... ..	23
2.1.12 Minat Beli Konsumen	26
2.1.12 Pengertian minat beli konsumen.....	26
2.1.14 Pengaruh Pengembangan produk dengan minat beli	
Konsumen	27
2.2 Kerangka Pemikiran.....	28
2.3 Hipotesis	31
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Metode yang digunakan	32
3.2 Operasionalisasi variabel.....	32
3.3 Sumber dan cara Penentuan Data/informasi	34
3.4 Teknik Pengumpulan Data	36
3.5 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Sejarah singkat perusahaan	40
4.1.1 Struktur Organisasi	41
4.1.2 Aktivitas Perusahaan.....	47
4.1.2.1 Bahan Baku yang digunakan.....	50
4.1.2.2 Fasilitas Produksi	51
4.1.2.3 Produk-produk yang dihasilkan.....	52

4.2. Karakteristik Pelanggan.....	53
4.3 Proses Pengembangan Produk susu UHT dan Buavita yang Dilakukan PT Ultrajaya Milk Industry.....	57
4.4 Tanggapan Pelanggan terhadap Pengembangan Produk	61
4.5 Hubungan Pengembangan Produk Dengan Minat Beli Konsumen	76

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	80
5.2 Saran	81

DAFTAR PUSTAKA.....	xii
----------------------------	------------

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel (Variabel X)	. 33
Tabel 3.2	(Variabel Y).....	.. 34
Tabel 3.3	Bobot Jawaban Responden untuk Pernyataan yang mengacu Pengembangan Produk.....	37
Tabel 3.4	Bobot Jawabab Responden untuk Pernyataan yang mengacu Pada Minat Beli Konsumen.....	 38
Tabel 4 a	Produk yang dihasilkan	52
Tabel 4.1	Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel 4.2	Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Usia.....	 54
Tabel 4.3	Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Pendidikan	55
Tabel 4.4	Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Jenis Pekerjaan	56
Tabel 4.5.	Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Pendapatan per Bulan.....	56
Tabel 4.6	Tanggapan Pelanggan Mengenai kemampuan PT Ultrajaya Milk Industry dalam memodifikasi produk lama	62
Tabel 4.7	Tanggapan Pelanggan Mengenai Evaluasi Penyaringan Gagasan Yang dilakukan oleh PT Ultrajaya Milk Industry dalam melakukan Pengembangan Produk	63
Tabel 4.8	Tanggapan Pelanggan Mengenai Kesiambungan Pengembangan Produk yang dilakukan oleh PT Ultrajaya Milk Industry.....	64
Tabel 4.9	Tanggapan Pelanggan Mengenai Saluran Distribusi PT Ultrajaya Milk Industry	65
Tabel 4.10	Tanggapan Pelanggan Mengenai Permintaan akan Produk Susu	

	UHT dan Buavita yang dihasilkan PT Ultrajaya Milk Industry.....	66
Tabel 4.11	Tanggapan Pelanggan Terhadap Penggunaan Teknologi dalam Menghasilkan Susu UHT dan Buavita	67
Tabel 4.12	Tanggapan Pelanggan Terhadap Pangsa Pasar Produk Susu UHT Dan Buavita yang dihasilkan oleh PT Ultrajaya Milk Industry....	68
Tabel 4.13	Tanggapan Pelanggan Terhadap Kegiatan Komersialisasi yang Dilakukan oleh PT Ultrajaya Milk Industry	69
Tabel 4.14	Tanggapan Pelanggan Mengenai Kemasan Produk dapat Menarik Minat Beli Konsumen	70
Tabel 4.15	Tanggapan Pelanggan Mengenai Cita Rasa Susu UHT dan Buavita Dapat Menarik Minat Beli Konsumen.....	71
Tabel 4.16	Tanggapan Pelanggan Mengenai Kualitas Bahan Baku Yang Digunakan dapat Menarik Minat beli Konsumen.....	71.
Tabel 4.17	Tanggapan Pelanggan Mengenai Perbandingan Harga Yang Ditetapkan dengan produk yang dihasilkan dapat Menarik Minat Beli konsumen	72
Tabel 4.18	Tanggapan Pelanggan Mengenai Display Produk Susu UHT dan Buavita dapat Menarik Minat Beli Konsumen	73
Tabel 4.19	Tanggapan Pelanggan Mengenai Merek Produk PT Ultrajaya Milk Industry Dapat Menarik Minat Beli Konsumen.....	74
Tabel 4.20	Tanggapan Pelanggan Mengenai Kemasan , Cita Rasa, Kualitas Bahan Baku, Harga dan Merek yang digunakan Dapat Menarik Minat Beli Konsumen.....	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Bagan Kerangka Pemikiran.....	28
Gambar 3.1	Struktur Organisasi	41