

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh pengembangan produk dan penetapan harga terhadap peningkatan volume penjualan produk pada PT Kencana Plastik Semarang.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh data yang dimiliki oleh PT Kencana Plastik sejak mulai berdiri sampai dengan sekarang. Sampel dalam penelitian ini yaitu data tentang pengembangan produk, penetapan harga dan volume penjualan PT Kencana Plastik mulai tahun 1996 sampai tahun 2000 dihitung setiap semester.

Hasil penelitian dengan pengujian hipotesis menggunakan regresi linear berganda dengan menghasilkan persamaan:

$$Y = -1.015,591 + 67,352X_1 + 6,801X_2$$

Artinya, jika X_1 dan X_2 tetap, volume penjualan turun sebesar 1.015.591 unit. Jika penetapan harga (X_2) tetap, setiap satu jenis pengembangan produk akan meningkatkan volume penjualan sebesar 67.352 unit. Jika pengembangan produk (X_1) tetap, setiap Rp 100 kenaikan harga akan meningkatkan volume penjualan sebesar 6.801 unit.

Dari hasil perhitungan regresi linear berganda didapat nilai koefisien determinasi berganda 0,991 yang berarti bahwa variasi penjualan produk dapat dijelaskan oleh variasi X_1 (pengembangan produk) dan X_2 (penetapan harga) sebesar 99,1%.

Pengujian hipotesis parsial (uji t) tentang pengaruh pengembangan produk (X_1) terhadap volume penjualan diperoleh hasil t hitung 3,257 sedangkan signifikan t tabel = 2,92. Karena t hitung lebih besar daripada t tabel, hal ini menunjukkan ada pengaruh yang signifikan antara pengembangan produk terhadap volume penjualan. Adapun pengaruh penetapan harga (X_2) terhadap volume penjualan diperoleh hasil t hitung 3,773 sedangkan t tabel = 2,92. Karena t hitung lebih besar daripada t tabel, hal ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara penetapan harga terhadap volume penjualan.

Pengujian hipotesis simultan (uji F) tentang pengaruh pengembangan produk dan penetapan harga secara bersama-sama terhadap volume penjualan diperoleh hasil F hitung 402,108 sedangkan F tabel = 4,74. Karena F hitung lebih besar daripada F tabel, hal ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara pengembangan produk (X_1) dan penetapan harga (X_2) terhadap volume penjualan (Y).

Kesimpulannya, secara parsial, pengembangan produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan dan penetapan harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan. Sedangkan secara simultan, pengembangan produk dan penetapan harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan.