

**PENGARUH BIAYA PENGEMBANGAN PRODUK BOX MICA
TERHADAP TINGKAT PENJUALAN PADA
CV. QUALITY PACK**

SKRIPSI

Program Studi Manajemen

Nama : Nurul Muji Astuti

NIM : 03101-189



MERCU BUANA

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2006

**PENGARUH BIAYA PENGEMBANGAN PRODUK BOX MICA
TERHADAP TINGKAT PENJUALAN PADA
CV. QUALITY PACK**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
GELAR SARJANA EKONOMI
Program Studi Manajemen**

Nama : Nurul Muji Astuti
NIM : 03101-189



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2006

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : NURUL MUJI ASTUTI
Nim : 03101-189
Program Studi : Manajemen S-1
Judul Skripsi : "PENGARUH BIAYA PENGEMBANGAN PRODUK
BOX MICA TERHADAP TINGKAT PENJUALAN
PADA CV. QUALITY PACK".

Tanggal Ujian : 26 April 2006



Disahkan Oleh :

Pembimbing Skripsi

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(Tafiprios, SE., MM)

Tanggal : 7/5/06.

Dekan Fakultas Ekonomi

(Hadri Mulya, MSi)

Tanggal :

Ketua Jurusan Manajemen

(Tafiprios, SE, MM)

Tanggal : 7/5/06.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia yang telah dilimpahkan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH BIAYA PENGEMBANGAN PRODUK BOX MICA TERHADAP TINGKAT PENJUALAN PADA CV. QUALITY PACK”**. Dengan segala kemampuan yang ada, penulis berupaya untuk menghimpun data dan informasi yang dibutuhkan untuk menyelesaikan skripsi ini. Namun penulis juga menyadari bahwasanya penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu penulis menyampaikan maaf dan akan terus berupaya meningkatkan kemampuan dan pengetahuan.

Dengan kesungguhan dan ketulusan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan, baik berupa ilmu, tenaga, perhatian, kesabaran serta doa dalam penyelesaian skripsi ini. Ucapan terima kasih tersebut penulis tujukan kepada :

1. ALLAH S.W.T atas izinnya penulis mampu menyelesaikan skripsi ini
2. Ayahanda dan Ibunda serta adik-adikku tercinta yang sangat memotivasi penulis dengan segala daya dan upaya, pengertian, dorongan materil dan moril.
3. Bapak H. Probosutedjo, selaku ketua yayasan Menara Bhakti Universitas Mercu Buana
4. Bapak Dr. Ir. H. Suharyadi, M.S, Selaku Rektor Universitas Mercu Buana

5. Bapak Drs. Hadri Mulya, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
6. Bapak Tafiprios, SE, MM selaku Ketua Jurusan dan Pembimbing Skripsi saya.
7. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana yang namanya tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah membantu dan memberikan bahan-bahan kuliah selama penulis mengikuti perkuliahan di Universitas mercu Buana yang sangat membantu dalam penulisan skripsi ini.
8. Kepada kakanda tercinta Mas Hendra yang telah meluangkan seluruh waktunya untuk membantu saya menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada sahabat –sahabatku : Erwin, Jefri, Neneng, P Man, Depri, dll yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih atas segala bantuannya baik dalam hal saran, kritik, dan penyelesaian skripsi ini. Jasa – jasa kalian tidak akan saya lupakan sampai kapan pun
10. Kepada sahabat – sahabat rumah ku yang telah memberikan spirit agar saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

Jakarta, Oktober 2005

Nurul Muji Astuti

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	3
C. Pembatasan Masalah	3
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	4
 BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	6
1. Pengertian Pemasaran	6
2. Pengertian Manajemen Pemasaran	8
B. Pengertian Pasar	10
C. Pengertian Bauran Pemasaran	11
D. Pengertian Produk	14
E. Faktor – Faktor Yang Mendorong Pengembangan Produk Baru	20

F. Tahap – Tahap Pengembangan Produk	22
G. Pengertian Pengembangan Produk Baru	24
H. Pengertian Penjualan dan Strategi Penjualan	26
1. Pengertian Penjualan	26
2. Strategi Penjualan	26
I. Pengaruh Pengembangan Dengan Tingkat Penjualan	29

BAB III METODELOGI PENELITIAN

A. Gambaran Umum	31
1. Lokasi Penelitian	31
2.. Sejarah dan Perkembangan	31
3.. Struktur Organisasi CV. Quality Pack	32
4.. Bidang Usaha Perusahaan	34
B. Metode Penelitian	35
C. Hipotesis	36
D. Variabel dan Pengukurannya.....	36
E. Definisi Operasional.....	36
F. Metode Pengumpulan Data.....	37
G. Jenis Data.....	38
H. Metode Analisa Data	39

BAB IV ANALISA HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisa Pelaksanaan Pengembangan Produk Pada

CV. Quality Pack.....	41
B. Analisa Biaya Pengembangan Produk.....	43
C. Analisa Tingkat Penjualan	45
D. Analisa Pengaruh Biaya Pengembangan Produk Terhadap Tingkat Penjualan	47

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	53
B. Saran	53

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Perkembangan Bentuk/Model Produk Box Mica CV. Quality Pack	44
Tabel 4.2	Biaya Pengembangan Produk Box Mica CV. Quality Pack Tahun 2000 – 2004 (Dalam Rupiah)	46
Tabel 4.3	Tingkat Penjualan Produk Box Mica CV. Quality Pack Tahun 2000 – 2004 (Dalam Rupiah)	50
Tabel 4.4	Hasil Analisis Uji Anova (b)	55
Tabel 4.5	Hasil Analisis Uji t dan Nilai Koefisien	56



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Struktur Organisasi CV. Quality Pack
Lampiran 2	Tabel nilai t
Lampiran 3	Proses Produksi Box Mica
Lampiran 4	Daftar Riwayat Hidup

