

**PENGARUH PENGEMBANGAN PRODUK TERHADAP PENINGKATAN  
HASIL PENJUALAN TINTA METALIZE  
PADA PT. INKOTE INDONESIA**

**SKRIPSI**

Program Studi Manajemen

NAMA : RIAMA MARGARETHA NAINGGOLAN

N.I.M. : 4310411-223



UNI S  
MERC UNIVERSITAS  
MERCU BUANA NA

FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MERCUBUANA

2007

**PENGARUH PENGEMBANGAN PRODUK TERHADAP PENINGKATAN  
HASIL PENJUALAN TINTA METALIZE  
PADA PT. INKOTE INDONESIA**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar SARJANA EKONOMI  
Program Studi Manajemen

NAMA : RIAMA MARGARETHA NAINGGOLAN  
N.I.M. : 4310411-223



FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MERCUBUANA

2007

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : RIAMA MARGARETHA NAINGGOLAN  
NIM : 4310411 – 223  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : PENGARUH PENGEMBANGAN PRODUK  
TERHADAP PENINGKATAN HASIL  
PENJUALAN TINTA METALIZE PADA PT.  
INKOTE INDONESIA  
Tanggal Ujian Skripsi :



Disahkan Oleh :  
**Pembimbing**

UNIVERSITAS  
( Priyono SE )

MERCU BUANA  
Tanggal :

**Dekan**

**Ketua Jurusan Manajemen**

( Hadri Mulya, S.E., M.Si. )

( Tafiprios, S.E., M.M. )

Tanggal :

Tanggal :

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, dengan judul “Peranan Pengembangan Produk Terhadap Peningkatan Hasil Penjualan Tinta Metalize Pada PT. Inkote Indonesia”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan guna mencapai gelar Sarjana Strata Satu pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Mercubuana, Jakarta.

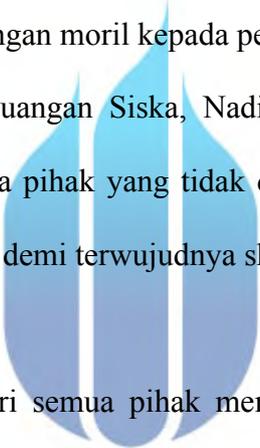
Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu segala saran dan kritik sangat penulis harapkan. Namun penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Pada kesempatan ini perkenankanlah penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan moril dan materil kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini terutama pada :

1. Bapak Hadri Mulya, SE., M. Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Mercubuana, Jakarta.
2. Bapak Tafiprios, SE, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Mercubuana, Jakarta, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Priyono, SE, MM selaku Pembimbing yang telah penuh perhatian dan kesabaran memberikan arahan kepada penulis menyelesaikan Skripsi ini.

4. Bapak Ir. H. Soetrisno, selaku Direktur Marketing dan Bapak Seger Rahardjo selaku Branch Manager di PT. Inkote Indonesia, Jakarta.
5. Bapak/Ibu Dosen dan Staff Pengajar serta seluruh karyawan Universitas Mercubuana atas segala bantuannya dan bimbingannya.
6. Mama, Reinhard, Steven, dan Robby di Medan, yang telah mendukung hingga penulis dapat menyelesaikan kuliah di Universitas Mercubuana.
7. Bang Togi, Radja, Lamret dan Emmy, yang dengan cinta dan kasih sayangnya telah memberikan dukungan moril kepada penulis.
8. Segenap sahabat seperjuangan Siska, Nadia, Vina, Ratri dan teman-teman Angkatan V serta semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu dimana telah membantu demi terwujudnya skripsi ini.

Semoga segala bantuan dari semua pihak menerima balasan dari Tuhan Yang Maha Esa.



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 2 Agustus 2007

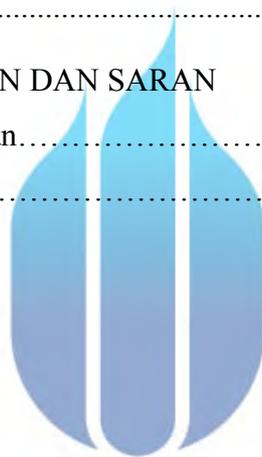
Penulis,

(RIAMA MARGARETHA N.)

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR LAMPIRAN .....	x
<b>BAB I      PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Perumusan Masalah .....	4
C. Pembatasan Masalah .....	4
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	4
<b>BAB II     LANDASAN TEORI</b>	
A. Pengertian Marketing dan Marketing Mix .....	6
B. Pengertian Produk Dan Klasifikasi Produk .....	9
C. Pengertian Pengembangan Produk .....	15
D. Faktor-Faktor Yang Mendorong Dilakukannya Pengembangan Produk .....	15
E. Faktor-Faktor Yang Menyebabkan Produk Baru Gagal dan Sukses .....	18
F. Langkah-Langkah Pengembangan Produk.....	20
<b>BAB III    METODOLOGI</b>	
A. Gambaran Umum .....	24
B. Metode Penelitian .....	32
C. Hipotesis .....	33
D. Variabel dan Pengukurannya.....	33
E. Definisi Operasional Variabel .....	34
F. Teknik Pengumpulan Data .....	34
G. Metode Analisis Data .....	35

BAB IV	ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN	
	A. Faktor-Faktor Yang Mendorong PT. Inkote Melaksanakan Pengembangan Produk .....	40
	B. Tahap-Tahap Proses Pengembangan Produk Yang Dilaksanakan Oleh PT. Inkote Indonesia.....	43
	C. Pengaruh Pengembangan Produk Terhadap Peningkatan Penjualan PT. Inkote Indonesia.....	51
	D. Analisa Hubungan Pengembangan Produk Terhadap Penjualan .....	52
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
	A. Kesimpulan.....	58
	B. Saran .....	59
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

## DAFTAR TABEL

Halaman

4.1 Hubungan Realisasi Penjualan Dengan Biaya Pengembangan Produk.....	53
--	----



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1	Struktur Organisasi PT. Inkote Indonesia ..... 27



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Flow Diagram Proses Pembuatan Tinta Rotogravure
- Lampiran 2 : Flow Diagram Kontrol Pembuatan Tinta Rotogravure

