

**STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK SEBAGAI SARANA
UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN
PADA PD. CAT PATNA SURABAYA**

S K R I P S I

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN**



KK
B. 938/96
Her
A.



DIAJUKAN OLEH :

DENNY HERMININGSIH

No. Pokok : 048812924

K E P A D A

FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA

S U R A B A Y A

1996

SKRIPSI

STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK SEBAGAI SARANA UNTUK
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA P.D. CAT PATNA SURABAYA

DIAJUKAN OLEH :

DENNY HERMININGSIH

No. Pokok : 048812924

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :

DOSEN PEMBIMBING,



Dra. Ec. H. ZAINIMAR NARO
NIP : 130 539 414

TANGGAL,

KETUA JURUSAN,



Dra. Ec. ENDANG POERNOMOWATI
NIP : 131 123 894

TANGGAL, 26-2-1996

A B S T R A K S I

Persaingan yang ketat dalam industri cat menyebabkan produk yang tidak dapat lagi mengikuti perubahan selera konsumen akan ditinggalkan oleh para konsumennya, karena konsumen mempunyai banyak alternatif pilihan produk yang beredar di pasar. P.D. Cat Patna Surabaya sebagai salah satu produsen cat yang ingin meningkatkan volume penjualannya mengamati gejala ini sebagai suatu masukan yang perlu ditindak lanjuti.

Untuk mengantisipasi dan menindak lanjuti gejala perubahan selera konsumen tersebut, penulis memberikan alternatif pengembangan produk khususnya perbaikan atribut produk agar atribut-atribut yang dimiliki P.D. Cat Patna sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, di samping itu juga untuk mengantisipasi volume penjualan yang semakin menurun.

Yang menjadi permasalahan pokok pada P.D. Cat Patna adalah apakah produk Cat Patna sudah memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Dalam skripsi ini penulis mengadakan analisa skala prioritas atribut cat yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli cat. Kemudian penulis mengadakan analisa penilaian konsumen terhadap atribut Cat Patna dan atribut cat yang diinginkan konsumen (Ideal Brand), analisa ini digunakan untuk mengetahui apakah atribut Cat Patna sudah memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Apabila atribut Cat Patna belum memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, maka pihak perusahaan harus segera mengadakan pengembangan produk khususnya perbaikan atribut produk agar minat membeli konsumen dapat meningkat yang pada akhirnya dapat meningkatkan volume penjualan.