ABSTRAK

PENGARUH BIAYA PENGEMBANGAN PRODUK DAN BIAYA PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA BISNIS DISTRO SEPATU ROUTES BANDUNG

Oleh: Endang Maria Artha Sihotang
Dibawah bimbingan: Trustorini Handayani, SE.,M.Si

Penelitian ini dilakukan pada distro sepatu Routes. Fenomena yang terjadi dimana biaya pengembangan produk dan biaya promosi mengalami peningkatan tetapi itu berbanding terbalik pada volume penjualan disebabkan penetapan harga yang terlalu tinggi untuk produk buatan Indie ditambah distro routes belum begitu dikenal oleh masyarakat. Dengan banyaknya persaingan pasar terhadap distro yang lebih dikenal, penetapan harga yang tinggi akhirnya berdampak pada menurunnya volume penjualan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh biaya pengembangan produk dan biaya promosi terhadap volume penjualan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian menggunakan metode *purposive sampling* yaitu laporan keuangan triwulan distro sepatu routes tahun 2010-2011 sebanyak 8 buah sampel. Pengujian statistik yang digunakan adalah perhitungan korelasi pearson, analisis regresi linear berganda, uji hipotesis menggunakan statistik t uji dua pihak dengan α = 0,05., dan juga menggunakan bantuan program *SPSS 18.0 for Windows*.

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa variabel biaya pengembangan produk terhadap volume penjualan memiliki hubungan yang lemah dengan arah positif, sedangkan variabel biaya promosi terhadap volume penjualan memiliki hubungan yang kuat dengan arah positif. Sedangkan secara parsial variabel biaya pengembangan produk tidak memiliki pengaruh yang signifikan dan biaya promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap volume penjualan dikarena pada tahap perkenalan, publisitas, maupun promosi walaupun memiliki tingkat efektivitas biaya yang tinggi. Ini disebabkan karena distro sepatu routes ingin mencoba menyadarkan pelanggan akan keberadaan produk.

Kata kunci: biaya pengembangan produk, biaya promosi, dan volume penjualan