DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN

PERSETUJUAN REVISI SKRIPSI

MOTTO

KATA PENGANTAR ..... **i**

ABSTRAK ..... **iv**

ABSTRACT ..... **v**

DAFTAR ISI ..... **vi**

DAFTAR TABEL ..... **ix**

DAFTAR GAMBAR..... **x**

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian 1

1.2 Identifikasi Masalah 4

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian 5

1.4 Kegunaan Penelitian 5

1.5 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis 6

1.6 Tempat dan Waktu Penelitian 9

BAB II DAFTAR PUSTAKA

2.1 Pengertian Pengembangan Produk 10

2.1.1 Tujuan Pengembangan Produk 11

2.1.2 Tahap-tahap Pengembangan Produk 11

2.1.3 Strategi Pengembangan Produk 20

2.2 Faktor-faktor Dalam Hambatan Pengembangan Produk 21

2.3 Hubungan Produk dengan Daur Hidup Produk 21

2.4 Pengertian Penjualan 26

2.4.1 Konsep Penjualan 27

2.5 Hubungan Pengembangan Produk dengan Hasil Penjualan 28

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian 29

3.2 Metodologi Penelitian 29

3.2.1 Desain Penelitian 29

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian 30

3.2.3 Jenis dan Sumber Data 32

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data 32

3.2.5 Metode Analisa dan Rancangan Pengujian Hipotesis 32

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian 37

4.1.1 Sejarah Tee Company 37

4.1.2 Struktur Organisasi Tee Company 38

4.1.3 Job Description 39

4.1.4 Aspek Operasional Tee Company 41

4.2 Pembahasan Penelitian 42

4.2.1 Pengembangan Produk Tee Company 42

4.2.2 Tingkat Hasil Penjualan 46

4.2.3 Pengaruh Pengembangan Produk Terhadap Hasil Penjualan di Tee Company 48

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 56

5.2 Saran 57

DAFTAR PUSTAKA 58

LAMPIRAN-LAMPIRAN 59

RIWAYAT HIDUP 60

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1	Data Hasil Penjualan Produk Tee Company 2001-2005	3
Tabel 1.2	Jadwal Penelitian	9
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel Penelitian	31
Tabel 4.1	Biaya Pengembangan Produk Tee Company 2001-2005	44
Tabel 4.2	Data Hasil Penjualan Produk Tee Company 2001-2005	47
Tabel 4.3	Analisis Regresi	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar	1.1	Kerangka Pemikiran	8
Gambar	2.1	Daur Hidup Produk	26
Gambar	3.1	Uji Dua Pihak Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis	36
Gambar	4.1	Struktur Organisasi Tee Company	39
Gambar	4.2	Tingkat Pengembangan Produk Tee Company 2001-2005	46
Gambar	4.3	Tingkat Hasil Penjualan Tee Company 2001-2005	48
Gambar	4.4	Uji Hipotesis Pengaruh Pengembangan Produk Terhadap Hasil Penjualan di Tee Company	54