

ABSTRAK

Terdapat berbagai cara agar produk dapat terjual secara optimal, diantaranya dengan diversifikasi. Dengan adanya diversifikasi produk perusahaan bertujuan untuk memenuhi keinginan serta kebutuhan konsumen dalam masyarakat yang mempunyai daya beli yang berbeda-beda dengan begitu diharapkan penjualan akan meningkat dan laba yang diterima juga semakin meningkat.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah semakin banyak diversifikasi produk semakin tinggi penjualan serta berapa besarnya sumbangan diversifikasi produk terhadap penjualan.

Cara untuk mengetahui besarnya hubungan diversifikasi produk dengan penjualan menggunakan analisis korelasi sedang untuk mengetahui nilai dari diversifikasi terhadap hasil penjualan digunakan analisis trend sederhana, untuk mengetahui sumbangan diversifikasi terhadap penjualan digunakan analisis determinasi, kemudian untuk mengetahui apakah korelasi atau regresi diterima atau tidak menggunakan pengujian hipotesis.

Hasil temuan lapangan dengan analisis korelasi diperoleh nilai antara 0,74 sampai 0,95 ini berarti hubungan yang positif yaitu semakin banyak diversifikasi semakin tinggi penjualan dengan analisis determinasi diperoleh 54% - 90,63% berarti sumbangan diversifikasi produk terhadap penjualan sudah tinggi. Kesimpulan dengan adanya penambahan diversifikasi produk berarti penjualan makin tinggi dan sumbangan dari diversifikasi produk terhadap penjualan juga sudah tinggi.

ABSTRACT

There is a variety of ways in which products can be sold optimally, such as diversification. In the diversification, the firms product are aimed to fulfill desire and need of society having different purchase forces; those, it is expected that the sale will increase and the profit as well.

The purpose of this study is to understand whether more diversified product make sale higher and how much they contribute to the sale.

The correlation analysis was used to identify the relationship between diversified product and sales to identify the contribution of the diversified products to the sales, we used the determination analysis. Then, to know whether either correlation or regretion is accepted, hipothesis testing was used.

The correlation analysis indicated that there were values between 0,74 to 0,95. It means that the positive relationship made sale higher. The determination analysis resulted in values from 54% to 90,63%. It means that the contributions of product diversification to sales had been high. It is concluded that the increasing product diversification led to higher sales and the contribution of product deversification to sale had been high.