

ABSTRAK

PENGARUH DIVERSIFIKASI PRODUK TERHADAP VOLUME PENJUALAN

Andayani

Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta

Penelitian ini dilaksanakan di perusahaan Ichwan, Jln. Karangmojo Wonosari No.1, Gunungkidul, Yogyakarta. Tujuan penelitian ini adalah : 1) untuk mengetahui pengaruh diversifikasi produk tegel terhadap volume penjualan ; 2) untuk mengetahui pengaruh diversifikasi produk conblock terhadap volume penjualan.

Untuk merealisasi tujuan-tujuan tersebut, pertama-tama mencari hubungan antara diversifikasi produk dengan volume penjualan, dengan menggunakan rumus korelasi sederhana. Setelah diketahui adanya pengaruh diversifikasi produk terhadap volume penjualan dengan rumus regresi linier sederhana. Untuk mengetahui sumbangannya diversifikasi produk terhadap volume penjualan digunakan analisis determinasi, kemudian untuk mengetahui apakah korelasi atau regresi diterima atau tidak, digunakan pengujian hipotesis dengan rumus uji t.

Hasil temuan lapangan dengan analisis korelasi diperoleh nilai $r = 0,750$ sampai $r = 0,976$. Ini berarti ada hubungan yang positif, yaitu semakin banyak diversifikasi produk maka semakin tinggi volume penjualan. Dari hasil analisis trend linear diversifikasi produk tegel terhadap volume penjualan diperoleh persamaan Y . $Y = 12.713,0 + 1.459,1 x$ dan hasil analisis trend linear diversifikasi conblock terhadap volume penjualan diperoleh persamaan $Y = 13.187,2 + 686,4 x$. Dengan analisis inia determinasi diperoleh nilai 56,45% sampai dengan 95,45% yang berarti sumbangannya diversifikasi terhadap volume penjualan sudah tinggi.

Dari hasil uji t untuk tujuan pertama, diperoleh $t_{hitung} = 2,27$ sedang t_{tabel} dengan $df = 4$ dan $\alpha = 0,05$ sebesar 2,13. Itu berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan kesimpulannya ada pengaruh diversifikasi produk tegel terhadap volume penjualan. Dari hasil uji t untuk tujuan kedua diperoleh $t_{hitung} = 8,966$ sedang t_{tabel} dengan $df = 4$ dan $\alpha = 0,05$ sebesar 2,13. Itu berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan kesimpulannya ada pengaruh diversifikasi produk conblock terhadap volume penjualan.

ABSTRACT

THE EFFECT OF PRODUCT DIVERSIFICATION TOWARD THE SELLING VOLUME

Andayani

**Sanata Dharma University
Yogyakarta**

This research was performed at Ichwan firm on Jl. Karangmojo Wonosari No. 1, Gunung Kidul, Yogyakarta. It is 1) to know the influence of tile product diversification on the selling volume and 2) to know the influence of con-block product diversification on the selling volume.

First of all, I looked for the relations between the product diversification with the selling volume, to realize these goals, using simple correlation formula that was followed by using the formula of simple linear regression. To know the contribution of product diversification on the selling volume, I used determination analysis. Then, to know whether the correlation or regression was received or not, I used hypothetical testing with t-test formula.

The result of field research with correlation analysis found $r = 0.750$ to 0.976 . It means that there is positive correlation that the more the product diversification, the higher the selling volume is. Based on the liner trend analysis of tile product diversification on the selling volume resulted in expression of $Y.Y = 12,713.0 + 1,459.1 x$ and the linear trend analysis of con-block product diversification on the selling volume resulted in equation of $Y = 13,187.2 + 686.4 x$. This analysis yielded determination value of 56.45% to 95.45% means that the diversification contribution on the selling volume is high.

Based on the t-test for the first purpose found $t_{count} = 2.27$, while t-table with $df = 4$ and $\alpha = 0.05$ is 2.13. It means that $t_{count} > t_{table}$ and can be concluded that there is influence of tile product diversification on the selling volume. From the t-test for the second purpose found $t_{count} = 8.966$, while t-table with $df = 4$ and $\alpha = 0.05$ is 2.13. It means that $t_{count} > t_{table}$ and can be concluded that there is influence of con-block product diversification on the selling volume.