

## ABSTRAK

### HUBUNGAN DIVERSIFIKASI PRODUK DENGAN VOLUME PENJUALAN

Studi kasus pada Perusahaan Mebel “Harapan Indah”  
Delanggu Klaten

**DAMARATNANTO**  
**SANATA DHARMA YOGYAKARTA**  
**2004**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Diversifikasi produk yang dijalankan oleh perusahaan mebel “Harapan Indah” mempunyai hubungan dengan peningkatan volume penjualan dan untuk mengetahui apakah jenis atau tipe produk mebel yang mempunyai persentase rata-rata penjualan terbesar per tahun.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah adalah korelasi *product moment* dan analisis persentase.

Berdasarkan analisis korelasi *product moment* diperoleh koefisien korelasi sebesar 0,984. ini berarti antara diversifikasi produk dengan volume penjualan mempunyai hubungan yang kuat dan positif. Hasil pengujian signifikansi korelasi uji t dihasilkan t hitung sebesar 9,51, dan lebih besar dari pada t tabel sebesar 2,353. hal ini dapat diartikan bahwa hubungan yang positif dan kuat antara diversifikasi produk dengan volume penjualan adalah signifikan atau nyata. Berdasarkan analisis persentase, diketahui bahwa produk mebel yang mempunyai persentase rata-rata penjualan terbesar tiap tahunnya sebagai berikut.

Tahun 1999	:	Kursi Hongkong Matahari 12,8 %
Tahun 2000	:	Meja Makan Bulat 4 kursi 9,16 %
Tahun 2001	:	Bufet Motif Anggur 7,99 %
Tahun 2002	:	Kursi Betawi Blok 8,78 %
Tahun 2003	:	Kursi Pantum 8,16 %

**ABSTRACTION**  
**RELATION BETWEEN PRODUCT DIVERSIFICATION**  
**AND SALE VOLUME**

A Case Study at “Harapan Indah” Furniture Company  
Delanggu Klaten

**DAMARATNANTO**  
**SANATA DHARMA YOGYAKARTA**  
**2004**

The aim of this research is to know whether the diversification in “Harapan Indah” furniture company has relation with the sale volume increases and to know the furniture product type having the biggest percentage of sale mean each year.

The technique for collecting data are observation, interview and documentation. The data analysis techniques used are product moment correlation and percentage analysis.

The analysis shows that the coefficient of the product moment correlation is 0.984. It means that there is strong and positive relation between product diversification and sales volume. The t test shows that t count is equal to 9.51 higher than t table 2.353. It means that the relations is significant. The percentage analysis show that the products which produce the largest percentage of sale volume from 1999 to 2003 are as follows : 1999, Chair of Hongkong Matahari 12.8%; 2000 Circular Dining Table 4 Chair 9.16%; 2001 Buffet Motif Anggur 7.99%; 2002 Chair of Betawi Blok 8.78%; 2003 Chair of Pantum 8.16%.