

ABSTRAK

Arina Anjaina(0807074), “**Pengaruh Kekuatan Pemasok Terhadap Strategi Produk dan Implikasinya Pada Penjualan**(Studi pada Pengrajin Boneka di Sentra Boneka Sukamulya Bandung)”.Di bawah bimbingan Prof. Dr. H. Agus Rahayu,M.Si.

Pemasok bahan baku dalam pembuatan boneka memiliki peran yang penting, hal ini berpengaruh terhadap strategi produk dan penjualan produk pada perusahaan boneka tersebut. Kemampuan masing-masing pelaku bisnis dalam mengelola manajemen pemasaran, agar dapat merencanakan strategi produk dan penjualan boneka tetap stabil satu sama lainnya berbeda . Hal ini dipengaruhi oleh kekuatan pemasok di dalam menyediakan bahan baku untuk pengusaha boneka. Sehingga, pengusaha boneka pun perlu untuk memiliki strategi yang baik guna meningkatkan penjualan boneka.

Penelitian ini bertujuan untuk 1) memperoleh gambaran mengenai kekuatan pemasok, strategi produk dan penjualan di sentra boneka Sukamulya Bandung 2) memperoleh gambaran mengenai kekuatan pemasok terhadap strategi produk di sentra boneka Sukamulya Bandung 3) memperoleh gambaran mengenai strategi produk terhadap penjualan di sentra boneka Sukamulya Bandung 4) memperoleh temuan mengenai gambaran kekuatan pemasok terhadap penjualan di sentra boneka Sukamulya Bandung. Objek penelitian ini sentra boneka Sukamulya Bandung. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kekuatan pemasok, variabel antara strategi produk dan penjualan sebagai variabel tidak bebas. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif, verifikatif, dan metode yang digunakan adalah *explanatory survey* dengan teknik sample jenuh, dengan jumlah sampel 13 responden. Teknik analisa data yang digunakan adalah regresi linier sederhana dengan alat bantu *software* komputer SPSS 20.0. Hasil yang diperoleh dalam penelitian menyatakan bahwa kekuatan pemasok berpengaruh terhadap strategi produk sebesar 49,1%, strategi produk terhadap penjualan sebesar 40,3% dan kekuatan pemasok terhadap penjualan sebesar 39,9%.

Berdasarkan hasil penelitian melalui analisis regresi linier sederhana terdapat pengaruh yang signifikan antara kekuatan pemasok terhadap strategi produk, strategi produk terhadap penjualan dan kekuatan pemasok terhadap penjualan. Pengaruh ketiga variabel ini memiliki pengaruh yang signifikan baik secara simultan maupun parsial.

Penulis merekomendasikan agar perusahaan lebih meningkatkan kinerja pemasaran agar strategi produk yang direncanakan dapat tercapai sehingga penjualan produk boneka tersebut dapat meningkat. Perusahaan pun tetap perlu menjalin hubungan kerja yang baik dengan pemasok bahan baik agar keberlangsungan usaha tetap terjaga.

Kata kunci: kekuatan pemasok, strategi produk, penjualan

ABSTRACT

Arina Anjaina (0807074), "*The Effect of Supplier Power Of Product Strategy and Its Implications On Sale (Studies in Craftsmen Doll in Dolls Sukamulya Bandung Sentra)*". Under the guidance of Prof. Dr. H. Agus Rahayu, M.Sc.

Suppliers of raw materials in the manufacture of dolls has an important role , this contributes to product strategy and product sales on the doll company. The ability of each business to manage marketing management, in order to plan a strategy and product sales remained stable dolls differ from each other. It is influenced by the power suppliers in the supply of raw materials for entrepreneurs doll. Thus, employers also need to have a doll a good strategy to increase sales doll.

This study aims to 1)obtain discovery regarding our power supplier, product strategy and sales in centers doll Sukamulya 2)to obtain an overview of the findings of the power suppliers in the product strategy centers Sukamulya doll Bandung 3)obtain discovery regarding our product strategy centers on sales Bandung Sukamulya doll 4)gain an overview of the findings of the supplier of the sales force in the center of Bandung Sukamulya doll. The object of research centers Sukamulya doll Bandung. The independent variable in this study is the power supplier, variable intervening product strategy and sales as the dependent variable. This type of research is descriptive, verification, and the method used is explanatory survey with saturated sample technique, a sample of 13 respondents. Data analysis technique used is simple linear regression with SPSS computer software tools 20.0. The results obtained in the study stated that the effect on the power supplier for 49.1 % of product strategy, product strategy on sales of 40.3 % and a power supplier to the sale of 39.9 %.

Based on the research results through simple linear regression analysis a significant difference between the power supplier for product strategy, product strategy to sales and suppliers to the sales force. The influence of these three variables has a significant effect either simultaneously or partially.

The author recommends that further improve the performance marketing company that planned product strategy can be achieved so that the doll product sales can be increased. The company also still need to establish a good working relationship with both material suppliers in order to maintain business continuity.

Keywords : power suppliers, product strategy, sales