

## ABSTRAKSI

**Judul Skripsi** : Analisis Pengaruh Pengembangan Ukuran Kemasan dan Harga Terhadap Penjualan Produk pada PT. Rena Djaja Semarang  
**Nama** : Ratna Sauma Ningtyas  
**NIM** : D2D 303 382

---

Setiap perusahaan ingin menjadi pemenang dalam memasarkan produknya. Dalam mencapai tujuannya, perusahaan perlu melakukan kebijakan-kebijakan bisnisnya untuk meraih pangsa pasar yang diinginkan. Diantaranya adalah kebijakan pengembangan ukuran kemasan produk dan harga. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pengembangan ukuran kemasan produk dan harga terhadap penjualan produk baik secara parsial maupun simultan. Pengembangan ukuran kemasan produk yang dikeluarkan oleh perusahaan diharapkan dapat menunjang keberhasilan langkah perusahaan dalam mencapai penjualan produk yang telah direncanakan. Setiap ukuran kemasan produk yang dikeluarkan diharapkan mampu meningkatkan penjualan produk, sehingga akan berimbang pada besarnya keuntungan yang diperoleh. Demikian pula dengan kebijakan penetapan harga, dengan penentuan harga yang tepat diharapkan perusahaan mampu memperoleh laba yang diinginkan.

Penelitian ini menggunakan tipe *eksplanatory* dan data yang digunakan menggunakan data *time series*. Metode pengumpulan data yaitu teknik wawancara dan dokumentasi. Data yang digunakan merupakan data yang berasal dari laporan penjualan, data harga dan data pengembangan ukuran kemasan produk perusahaan yang kemudian dianalisis dengan menggunakan uji regresi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan ukuran kemasan dan harga berpengaruh positif terhadap penjualan produk. Pengaruh terbesar diberikan oleh pengembangan ukuran kemasan produk yaitu bersifat positif dimana bila ukuran kemasan produk mengalami penambahan maka penjualan produk juga akan mengalami kenaikan, begitu juga sebaliknya. Sedangkan pengaruh harga bersifat positif dimana bila harga produk naik maka penjualan produk akan bergerak naik pula.

Adapun saran yang dapat diberikan sebagai masukan bagi perusahaan adalah hendaknya perusahaan tidak ragu untuk mengembangkan ukuran kemasan produknya agar penjualan produk terus meningkat. Seiring dengan berkembangnya produk yang dihasilkan, perusahaan juga harus menetapkan kebijakan harga yang tepat sehingga dapat mendukung meningkatnya penjualan produk yang diperoleh perusahaan.