

ABSTRAK

PT. Soka Cipta Niaga Bandung adalah sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang perdagangan dan distribusi di Indonesia dengan produk kaos kaki yang memiliki merek soka, dimana merek dagang tersebut kuat dan diakui pasar global, didukung oleh teknologi, ilmu pengetahuan dan manajemen yang prima. Kaos kaki soka juga merupakan kaos kaki yang memiliki sertifikat halal pertama di Indonesia, dengan memiliki 20 macam warna dan motif. Perusahaan ini didirikan di Bandung, berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa terdapat permasalahan disebabkan oleh label produk terhadap volume penjualan pada perusahaan PT. Soka Cipta Niaga Bandung.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh label produk terhadap volume penjualan kaos kaki *active sock sport*. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan penelitian deskriptif. Jenis data yang dibutuhkan untuk penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Sampel yang diambil yaitu 60 orang konsumen PT. Soka Cipta Niaga Bandung dengan teknik sampling, peneliti menarik sampel dengan menggunakan rumus fungsi waktu. Pengolahan data yang diperoleh dengan menggunakan teknik analisis data yaitu uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier sederhana, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi, analisis deskriptif dan uji jipotesis.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti diketahui terdapat pengaruh positif label produk (X) terhadap volume penjualan (Y) sebesar 64,0% sisanya sebesar 36% variabel volume penjualan diberikan oleh faktor-faktor lain diluar penelitian, seperti kondisi kemampuan penjualan dan kondisi organisasi penjualan.

Peneliti dapat mengemukakan saran yang akan diberikan kepada PT. Soka Cipta Niaga Bandung yaitu sebaiknya dapat lebih mengoptimalkan promosinya agar menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen, memperbaiki dalam memberikan informasi yang mudah dimengerti konsumen, agar memberikan kepuasan kepada konsumen, lebih sering mengadakan promo-promo dan bazaar, tetapi harus tepat sasaran penjualan produk agar promo bisa menghasilkan keuntungan yang baik bagi perusahaan, dan diharapkan lebih baik lagi dalam memberikan atau memutuskan harga yang sesuai dengan kualitas produk.

Kata Kunci : Label Produk & Volume Penjualan

ABSTRACT

PT. Soka Cipta Niaga Bandung is a company engaged in trade and distribution in Indonesia with sock products that have the soka brand, where the trademark is strong and recognized by the global market, supported by excellent technology, science and management. Socks socio-socks are also the first halal-certified socks in Indonesia, with 20 kinds of colors and motifs. This company was founded in Bandung, based on the results of research it is known that there are problems caused by product labels on sales volumes at the company PT. Soka Cipta Niaga Bandung.

The purpose of this study is to find out how much influence product labels have on the sales volume of active sock sport socks. The research method used is quantitative with descriptive research. The types of data needed for this study are primary data and secondary data. The sample taken was 60 consumers of PT. Soka Cipta Niaga Bandung with sampling technique, researchers pull samples using the time function formula. Data processing obtained using data analysis techniques, namely validity test, reliability test, simple linear regression analysis, correlation coefficient analysis, determination coefficient analysis, descriptive analysis and hypothesis test.

Based on the results of research that has been carried out by researchers, it is known that there is a positive influence of product labels (X) on sales volume (Y) of 64.0% the remaining 36% of sales volume variables are given by other factors outside the study, such as sales capability conditions and sales organization conditions.

Researchers can put forward suggestions that will be given to PT. Soka Cipta Niaga Bandung, namely should be able to further optimize its promotions so that it becomes a special attraction for consumers, improve in providing information that is easy for consumers to understand, in order to provide satisfaction to consumers, more often hold promos and bazzars, but must be right on target product sales so that promos can generate good profits for the company, and it is hoped that it will be even better in providing or deciding prices that are in accordance with quality product.

Keywords : Product Labels & Sales Volume

ABSTRAK

PT. Soka Cipta Niaga Bandung mangrupikeun perusahaan anu bergerak dina bidang perdagangan sareng distribusi di Indonesia kalayan produk kaos kaki anu gaduh merek soka, dimana merek dagang éta kuat sareng diakui sacara global, didukung ku téknologi, élmu pangaweruh sareng manajemen anu prima. Kaos kaki soka ogé mangrupikeun kaos kaki anu ngagaduhan sertipikat halal munggaran di Indonesia, kalayan nganggo 20 warna sareng motif. Perusahaan ieu didirikan di Bandung. Dumasar kana hasil panalungtikan dipikanyaho yén aya masalah disababkeun ku label produk ngalawan volume penjualan di perusahaan PT. Soka Cipta Niaga Bandung.

Tujuan tina panalungtikan ieu nyaéta pikeun mikanyaho sabaraha gedé pangaruh label produk kana volume penjualan kaos kaki active sock sport. Méthode panalungtikan anu digunakeun nya éta kuantitatif jeung panalungtikan déskriptif. Jenis data anu diperlukeun pikeun panalungtikan nya éta data primét jeung data skunder. Sampel anu dicandak nyaéta 60 urang konsumen PT. Soka Cipta Niaga Bandung jeung téhnik sampling, panalungtik menarik sampel ngagunakeun rumus fungsi waktu. Pengolahan data anu diperoleh ku ngagunakeun téhnik analisis data nya éta uji validitas, uji réliabilitas, analisis regresi linier sederhana, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi, analisis deskriptif jeung uji jipotesis.

Dumasar kana hasil panalungtikan anu geus dilakukeun ku panalungtik dipikanyaho aya pangaruh positif label produk (X) kana volume penjualan (Y) sakumaha badag 64,0% sajumlah 36% variabel volume penjualan dipasihkeun ku faktor-faktor lain diluar panalungtikan, sapertos kondisi kamampuan penjualan sareng kondisi organisasi penjualan.

Peneliti bisa ngajukeun saran nu bakal dibikeun ka PT. Soka Cipta Niaga Bandung nyaéta leuwih hadé pikeun ngoptimalkeun promosina jadi daya tarik sorangan pikeun konsumen, ngaropéa dina méré informasi anu gampang ngarti ku konsumen, pikeun méré kasugemaan ka konsumén, jeung sering ngayakeun promo-promo jeung bazaar, tapi kudu tepat sasaran penjualan produk ngarah promo bisa ngahasilkeun kauntungan anu hadé pikeun perusahaan, jeung harepan leuwih hadé deui dina méré atawa mutuskeun harga anu luyu jeung kualitas produk.

Kata Kunci : Label Produk & Volume Penjualan