

# **STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK PADA USAHA MIE MANGKOK**

**CINDHI AZMIKO, JULIUS NURSYAMSI, SE, MM**

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2007

Universitas Gunadarma

<http://www.gunadarma.ac.id>

kata kunci : manajemen pemasaran

Abstraksi :

Pada penulisan ilmiah yang berjudul Strategi Pengembangan Produk Pada Usaha Mie Mangkok ini, penulis ingin mengetahui mekanisme pengembangan produk pada usaha mie mangkok serta apakah ada perbedaan yang terjadi antara sebelum dan sesudah adanya pengembangan. Alat analisis yang digunakan adalah Uji Normalitas dan Uji Perbedaan (2 Sampel Berpasangan). Untuk memperoleh data-data yang diperlukan dalam penelitian penulis melakukan observasi langsung serta wawancara dengan pemilik usaha tersebut. Strategi Pengembangan Produknya adalah dengan menciptakan mangkok yang dapat dimakan. Dengan uji Normalitas diketahui bahwa data penjualan sebelum dan sesudah pengembangan terdistribusi normal. Lalu dengan Uji Perbedaan (2 Sampel Berpasangan) diperoleh tingkat signifikan  $< 0,05$  dengan keputusan terima  $H_a$ . Sehingga dapat ditarik kesimpulan, total penjualan antara sebelum dan sesudah pengembangan produk adalah tidak sama. Jadi pengembangan mie mangkok yang dilaksanakan efektif untuk meningkatkan penjualannya.