

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah wa syukurillah kita haturkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan pencerahan dan kemudahan disetiap langkah menuju kebaikan dalam upaya penyelesaian laporan Tugas Akhir ini. Sholawat beserta salam teriring kepada Rasulullah saw, keluarga, sahabat serta orang-orang yang tetap istiqomah dijalannya sampai akhir.

Laporan tugas akhir (TA) yang berjudul “*Tinjauan Penerapan Bauran Promosi pada Toko Buku Gramedia di kota Bandung pada Tahun 2013*” ini menjelaskan lebih rinci tentang penerapan aktivitas bauran promosi yang pernah dilakukan dengan dilatar belakangi oleh aplikasi pelaksanaan segala bentuk promosi pada tahun-tahun sebelumnya.

Kendala dan kesulitan yang sudah seharusnya menyertai dalam setiap upaya penyelesaian penulisan laporan Tugas Akhir (TA) serta ucapan terima kasih atas bimbingan berupa masukan yang bersifat positif dan membangun dalam penyelesaian laporan ini, secara pribadi saya haturkan kepada :

1. Bapak Ganjar M. Disastra SH., MM selaku pembimbing laporan Tugas akhir (TA) sekaligus kepala program studi D3 Manajemen Pemasaran di Institut Manajemen Telkom.
2. Ayahanda H. Muhammad Akhyar Hasibuan dan ibunda Nurliani Siregar selaku motivator, sumbu penyemangat dan penyejuk qalbu disepanjang waktu.
3. Bapak Frans selaku narasumber mutlak lapangan di Toko Buku Gramedia Bandung.
4. Para *staff* Toko Buku Gramedia yang berlokasi di seluruh kota Bandung dengan berbagai informasi seputar promosi yang sangat berguna.
5. Para responden pelanggan dan pengunjung Toko Buku Gramedia sebagai narasumber di lapangan.
6. Rekan mahasiswa/i di lokasi kampus Institut Manajemen Telkom kelas A pemasaran 2010, yang telah banyak membantu baik itu tenaga, pemikiran serta waktu dalam setiap langkah penyelesaian Tugas Akhir (TA) ini.

Masih banyak pihak-pihak lainnya yang memberikan kontribusi baik secara langsung maupun tidak, penulis tidak bisa menjabarkan satu persatu. Namun, ucapan terimakasih tetap tersampaikan dengan hormat lewat penulisan laporan tugas akhir (TA) yang sangat sederhana ini.

Tiada gading yang tak retak, begitu pula pengerjaan laporan tugas akhir (TA) ini, tidak tertutup kemungkinan terdapat kesalahan baik yang disengaja maupun tidak. Penulis sangat

berharap kritik dan saran yang membangun ke depannya sebagai masukan positif. Semoga manfaatnya bisa di ambil untuk kita semua.

Bandung, September 2013

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix

BAB I PENDAHULUAN

1.1.....	
GAMBARAN UMUM OBJEK OBSERVASI	1
1.1.1 Visi dan Misi.....	2
1.1.2 Tujuan	2
1.1.3 Produk, Layanan dan Fasilitas	2
1.2. LATAR BELAKANG OBJEK OBSERVASI	3
1.3.....	
PERUMUSAN MASALAH	6
1.4.....	
TUJUAN OBSERVASI	6
1.5.....	
KEGUNAAN OBSERVASI	6
1.6.....	
SISTEMATIKA PENULISAN LAPORAN TUGAS AKHIR	7

BAB II RELEVANSI TEORI DAN PEMBAHASAN

2.1. TINJAUAN TEORI	8
2.1.1 Manajemen Pemasaran	8
2.1.2 Bauran Promosi.....	11

2.1.3 Tujuan Promosi	16
2.1.4 Media Promosi	19
2.2. PEMBAHASAN	25
2.2.1 Manajemen Pemasaran Toko Buku Gramedia	25
2.2.3 Bauran Promosi Toko Buku Gramedia	31
2.2.3 Tujuan Promosi Toko Buku Gramedia	45
BAB III KESIMPULAN DAN SARAN	
3.1. KESIMPULAN	46
3.2. SARAN	47
DAFTAR PUSTAKA	48
LAMPIRAN	50

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Beberapa Toko Buku yang Berlokasi di Kota Bandung pada Tahun 2013	4
Tabel 1.2 100 Merk <i>Marketing Index</i> Kategori Ritel dan Peralatan Kantor	5
Tabel 2.1 Kemungkinan Tujuan Periklanan	18
Tabel 2.2 Media Komunikasi/ Promosi dalam Pemasaran Industri	19
Tabel 2.3 Efektifitas Pengguna Media dalam Pemasaran Industri	20
Tabel 2.4 <i>Profiles of Major Media Types</i>	21
Tabel 2.5 Wilayah <i>Online</i>	24
Tabel 2.6 Diskon Toko Buku Gramedia di Kota Bandung Tahun 2013	33
Tabel 2.7 Diskon Produk <i>Music</i> dan <i>Sport</i>	34
Tabel 2.8 Kupon Gramedia Bandung 2013	35

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Konsep Pemasaran	8
Gambar 2.2	Empat Bauran Pemasaran	10
Gambar 2.3	Strategi Komunikasi pada Tahap-Tahap Pengetahuan Sikap dan Perilaku Konsumen	17
Gambar 2.4	Keputusan Periklanan Utama	19
Gambar 2.5	Melukis Sendiri	36
Gambar 2.6	Pekan Reksa Dana 2013.....	37
Gambar 2.7	Gerakan “2 MB”	39
Gambar 2.8	Acara Khusus Tidak Terencana 2013	40
Gambar 2.9	Tampilan <i>Website</i> Toko Buku Gramedia	39
Gambar 2.10	Testimonial Para Pengunjung dan Pelanggan Toko Buku Gramedia	42
Gambar 2.11	Kebijakan Pengembalian Barang Toko Buku Gramedia	43
Gambar 2.12	Cara Pembayaran Secara <i>Online</i> di Toko Buku Gramedia	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Daftar Bimbingan Laporan Tugas Akhir	51
Lampiran 2	Member Card Gramedia dapat Digunakan di Seluruh Toko Buku Gramedia	52
Lampiran 3	Brosur & Kupon Toko Buku Gramedia 2013	53
Lampiran 4	KUPON PAKET WISATA 2013	54
Lampiran 5	Gerakan “2 MB” Toko Buku Gramedia.....	55
Lampiran 6	WISATA BUKU di Toko Buku Gramedia Istana Plaza.....	56
Lampiran 7	Daftar Kegiatan Promosi Toko Buku Gramedia Periode Tahun 2007-2013	57