

## KATA PENGATAR

Alhamdulillah segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Tinjauan Kegiatan Bauran Komunikasi Pemasaran Pada *Dealer* Yamaha Jaya Abadi Motor Terhadap Perkembangan Volume Penjualan Unit Produk Yamaha di Kota Cilegon“. tujuan dibuatnya Laporan Tugas Akhir ini adalah diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya Program Studi D3 Manajemen Pemasaran

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini penulis banyak mendapat saran, dorongan, bimbingan serta keterangan-keterangan dari berbagai pihak yang merupakan pengalaman yang tidak dapat diukur secara materi, namun dapat membukakan mata penulis bahwa sesungguhnya pengalaman dan pengetahuan tersebut adalah guru yang terbaik bagi penulis. Oleh karena itu dengan segala hormat dan kerendahan hati perkenankanlah penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dosen pembimbing, Bapak. Agus Maolana Hidayat, SE. M,Si yang senantiasa membimbing, mengarahkan dan menyediakan waktu untuk memberi pengarahan kepada penulis.
2. Seluruh dosen Telkom *Applied Science School* yang telah memberikan pelajaran bermakna selama penulis menghadapi perkuliahan.
3. Bapak Alan Lazaiba selaku Manajer *Dealer* Yamaha Jaya Abadi Motor yang telah senantiasa memberikan informasi yang dibutuhkan penulis.
4. Mamah dan Bapak yang sangat aku cintai dan sayangi. Bapaku tersayang Ahmad Ilyas yang menjadi inspirasi dan semangat dalam menuntut ilmu, yang selalu memberikan motivasi, semangat dan pandangan hidup yang lebih maju, mengajarkanku untuk menjadi pribadi yang kuat, berprinsip dan berguna bagi orang lain, juga panutan dan tauladan yang hebat bagiku. Ibunda ku tersayang dan tercinta Yati Wida Ningsih yang selalu memberikan kasih sayang yang luar biasa kepada ku yang senantiasa mendoakanku dalam setiap solatnya dan bangunnya di tengah malam untuk mendoakan kesuksesan anaknya baik di dunia sampai di akhirat, nasehat dan kecupan yang memberikan semangat bagiku. Terima kasih dengan sangat tulus dan ikhlas kuucapkan atas segala hal terbaik dan semua yang telah diberikan kepadaku yang takkan bisa aku ganti dengan apapun.
5. Kakaku Retiana Ningtias yang selalu memberikan semangat serta tegas dalam mengarahkan adiknya dikala penulis merasa lelah
6. Seluruh teman–teman yang sudah ku anggap seperti keluarga yang saling memberi semangat dan motivasi.

7. Semua pihak yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu yang telah terlibat banyak membantu sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan.

Dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan yang dibuat baik sengaja maupun tidak sengaja, dikarenakan keterbatasan ilmu pengetahuan dan wawasan serta pengalaman yang penulis miliki. Untuk itu penulis mohon maaf atas segala kekurangan tersebut tidak menutup diri terhadap segala saran dan kritik serta masukan yang bersifat konstruktif bagi diri penulis.

Akhir kata penulis berharap semoga dapat bermanfaat bagi penulis sendiri, institusi pendidikan dan masyarakat luas. Amin.

Bandung, 2014

Penulis

Siti Faridah Ningtias

# DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN .....	v
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1.Gambaran Umum Objek Observasi .....	1
1.1.1.Sejarah <i>Dealer</i> Yamaha Jaya Abadi Motor.....	1
1.1.2.Visi dan Misi <i>Dealer</i> Yamaha Jaya Abadi Motor Cilegon .....	1
1.1.3.Logo Perusahaan .....	2
1.1.4.Struktur Organisasi .....	2
1.2.Latar Belakang Masalah.....	3
1.3.Rumusan Masalah .....	7
1.4.Batasan Penelitian .....	8
1.5.Tujuan Penelitian.....	8
1.6.Kegunaan Penelitian.....	8
1.7.Sistematika Penulisan.....	9
<b>BAB II RELEVANSI TEORI DAN PEMBAHASAN</b>	
2.1. Tinjauan Teori .....	10
2.1.1. Konsep Pemasaran .....	10
2.1.2. Bauran Pemasaran ( <i>Marketing mix</i> ) .....	10
2.1.3. Bauran Komunikasi Pemasaran .....	12
2.1.4. Iklan.....	12
2.1.4.1. Tujuan Iklan.....	12
2.1.4.2. Iklan Nasional .....	13
2.1.4.3. Tujuan Iklan Nasional.....	13
2.1.4.4. Media Periklanan .....	13
2.1.4.5. Brosur .....	14
2.1.5. Promosi Penjualan.....	14

2.1.6. Acara dan Pengalaman .....	15
2.1.6.1. Hiburan .....	15
2.1.6.2. Tujuan Acara dan Pengalaman .....	15
2.1.7. Hubungan Masyarakat ( <i>public relation</i> ) .....	16
2.1.7.1. Alat Utama <i>Public Relation</i> .....	16
2.1.7.2. Peranan Hubungan Masyarakat .....	17
2.1.8. Pemasaran Langsung.....	17
2.1.8.1. Telemarketing .....	17
2.1.8.2. Manfaat Pemasaran Langsung .....	17
2.1.9. Pemasaran Interaktif.....	17
2.1.9.1. Situs Web.....	18
2.1.9.2. Keunggulan Pemasaran Interaktif Dalam Pengguna Situs Web.....	18
2.1.10. Pemasaran Dari Mulut ke Mulut .....	18
2.1.11. Penjualan Personal .....	19
2.1.12. Kerangka Dasar Komunikasi Umum .....	19
2.1.13. Konsep Penjualan.....	20
2.1.14. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan.....	20
2.1.15. Mengelola Tenaga Penjualan .....	21
2.1.16. Tujuan Penjualan.....	23
2.1.17. Definisi Volume Penjualan .....	23
2.1.18. Hubungan Komunikasi Pemasaran Dengan Penjualan .....	23
2.2. Penelitian Terdahulu .....	24
2.3. Kerangka Pemikiran.....	27
2.4. Metode Penelitian.....	28
2.4.1. Jenis Penelitian.....	28
2.4.2. Sampel.....	28
2.4.3. Teknik Pengumpulan Data .....	28
2.4.4. Variabel .....	29
2.4.5. Sumber Data.....	30
2.4.6. Alat Analisis.....	30
2.4.6.1. Tren Linear .....	30
2.5. Pembahasan.....	31
2.5.1. Pelaksanaan Bauran Komunikasi Pemasaran Pada Produk Yamaha di <i>Dealer</i> Yamaha Jaya Abadi Motor .....	31
2.5.2. Usaha <i>Dealer</i> Yamaha Jaya Abadi Motor Dalam Meningkatkan Volume Penjualan ...	37

2.5.3. Tingkat Signifikansi Perkembangan Volume Penjualan Pada <i>Dealer</i> Yamaha Jaya Abadi	
Motor.....	42
2.5.3.1. Analisis Tren Linear.....	46
<b>BAB III KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
3.1. Kesimpulan.....	48
3.2. Saran.....	49
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	