

KATA PENGATAR

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini. Pada dasarnya, tujuan dibuatnya Laporan Tugas Akhir ini adalah diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya Program Studi D3 Manajemen Pemasaran.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa laporan ini memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Dan semoga laporan ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Dalam pelaksanaan dan penulisan laporan ini tidak lepas dari kesulitan dan rintangan namun itu semua dapat penulis lalui berkat rahmat dan ridha Allah SWT serta bantuan dan dorongan semangat dari orang-orang yang hadir di kehidupan penulis. Dalam kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih setulus-tulusnya kepada :

1. Dosen pembimbing, Bapak. Agus Maulana yang senantiasa membimbing, mengarahkan mahasiswanya, 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. Kedua orang tuaku yang sangat aku cintai dan sayangi. Papaku tersayang Arif Mansur Nonci yang menjadi inspirasi dan semangat dalam menjalankan hidupku. Papaku yang selalu memberikan motivasi, semangat dan kasih sayang yang sangat luar biasa, mengajarkanku untuk menjadi seseorang yang kuat, pribadi yang kuat dan berguna bagi orang lain, panutan dan tauladan yang hebat bagiku. Ibunda ku tersayang dan tercinta Andi Tenri Gangka yang selalu memberikan kasih sayangnya yang luar biasa kepada ku yang senantiasa sabar dan mendoakan keberhasilanku, nasehat dan senyum 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.
4. Sahabat-sahabatku Wasiatu Tamamiyah, Rida Ningtyas, Novi Nurfitriani, Yoko Aldino, Zulhadimardan, Eksa Muharam, Bobby Sudewa yang selalu membantu dan memberikan saran.
5. Keluarga besarku yang selalu memberikan motivasi, dukungan, dan doa untuk keberhasilanku.

6. Dody Kurnia, seseorang spesial yang selalu memberikan support, dan motivasi untuk menyelesaikan laporan tugas akhir ini. Terima kasih atas doa, nasehat, canda tawa, dan senyuman yang menjadi semangat bagiku.
7. Seluruh teman-teman Manajemen Pemasaran B 2011 terimakasih atas semangat dan bantuannya selama ini

Akhir kata. Penulis berharap semoga laporan tugas akhir ini dapat berguna dan bermafaat bagi kita semua. Amin.

Bandung, 2014
Penulis

Adilah Ananda Fitri

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Lembar Persetujuan	ii
Kata Pengantar.....	iii
Daftar Isi.....	v
Daftar Gambar.....	vii
Daftar Tabel	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1.Profil Perusahaan	1
1.1.1. Sejarah PT.Telekomunikasi Indonesia, Tbk.....	2
1.1.2. Budaya PT.Telekomunikasi Indonesia, Tbk	4
1.1.3. Nilai-Nilai PT.Telekomunikasi Indonesia, Tbk	4

1.1.4. Visi dan Misi PT.Telekomunikasi Indonesia, Tbk	5
1.1.5. Logo PT.Telekomunikasi Indonesia, Tbk.....	5
1.2. Latar Belakang Penelitian.....	6
1.3. Rumusan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Kegunaan Penelitian.....	9
1.6 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II Relevansi Teori Dan Pembahasan.....	11
2.1. Tinjauan Teori.....	11
2.1.1. Konsep Pemasaran	11
2.1.2. Pengertian Bauran Pemasaran.....	12
2.1.3 Bauran Promosi.....	14
2.1.4 Konsep Promosi.....	14
2.1.4.1 Tujuan Promosi.....	14
2.1.5 Konsep Biaya Promosi.....	15
2.1.6 Penjualan.....	17
2.1.6.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan.....	18
2.1.6.2 Mengelola Tenaga Kerja.....	19
2.1.6.3 Tujuan Penjualan.....	21
2.1.6.4 Volume Penjualan.....	21
2.1.7 Hubungan Bauran Promosi Dengan Penjualan.....	22
2.2. Penelitian Terdahulu.....	22
2.3. Kerangka Pemikiran.....	23
2.4 Metode Penelitian.....	24
2.4.1 Jenis Penelitian.....	24
2.4.2 Sampel.....	24
2.4.3 Teknik Pengumpulan Data.....	24
2.4.4 Variabel.....	25
2.4.4 Sumber Data.....	25
2.4.5 Alat Analisis.....	25
2.4.5.1 Jenis Penelitian.....	25
2.4.5.2 Regresi Linear	26
2.5 Pembahasan	26

2.5.1 Pelaksanaan Bauran Promosi Pada PT.Telekomunikasi Dalam Produk Telkom Speedy.....	26
2.5.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan pada Telkom Speedy	30
2.5.3 Cara PT.Telekomunikasi Mengelola Tenaga Penjual Dalam Produk Telkom Speedy	32
2.5.4 Tujuan Penjualan PT.Telekomunikasi Pada Produk Telkom Speedy	34
2.5.5 Perkembangan Volume Penjualan Pada Telkom Speedy	36
2.5.6 Analisis Regresi Linear	39
BAB III SIMPULAN DAN SARAN.....	42
3.1.Simpulan	42
3.2.Saran	43
3.2.1. Bagi Perusahaan	43
Daftar Pustaka	
Lampiran	