

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	i
ABSTRAKSI	ii
SUMMARY	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kontribusi Penelitian	6
E. Sistematika Pembahasan	7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Pemasaran	9
1. Pengertian Pemasaran	9
2. Konsep Pemasaran	10
3. <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran)	13
B. Promosi	15
1. Pengertian Promosi	15
2. Tujuan Promosi	16
3. Bauran Promosi	17
4. Jenis-jenis Bauran Promosi	18
a. Iklan	18
1) Pengertian Iklan	18
2) Fungsi Periklanan	20
3) Jenis Periklanan	23
4) Strategi Periklanan	24
5) Efektifitas Periklanan	25

b. Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>)	26
1) Pengertian Promosi Penjualan	26
2) Tujuan Promosi Penjualan	27
3) Alat Promosi Penjualan	32
c. Personal <i>Selling</i> (Penjualan Pribadi)	33
1) Pengertian <i>Personal selling</i> (Penjualan Pribadi)	33
2) Peran <i>Personal Selling</i> (Penjualan Pribadi).....	34
d. Hubungan Masyarakat	35
1) Pengertian Hubungan Masyarakat	35
2) Tujuan hubungan Masyarakat.....	41
3) Alat Hubungan Masyarakat	43
e. Pemasaran Langsung.....	43
1) Pengertian Pemasaran Langsung	43
2) Keunggulan Pemasaran Langsung.....	44
C. Penjualan dan Volume Penjualan	44
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	48
B. Sumber Data	49
1) Data Primer	49
2) Data Sekunder	50
C. Variabel Penelitian	50
1) Biaya Periklanan.....	51
2) Frekuensi Periklanan.....	51
3) Volume Penjualan.....	52
4) Omzet Penjualan	52
D. Metode Pengumpulan Data	53
E. Analisis Data	54
1) <i>Least Square</i>	55
2) <i>Grown Mean</i>	55
3) Regresi Linier Berganda	56

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan	58
B. Proses dan Perkembangan Penjualan	68
C. Perkembangan dan Aktivitas Periklanan	69
D. Perkembangan Volume Penjualan	72
1. Volume Penjualan	72
2. Omzet Penjualan	74
E. Analisis Data dan Interpretasi	74
1. Estimasi Biaya Periklanan dan Penjualan	74
2. Pertumbuhan Biaya Periklanan dan Volume Penjualan	83
3. Analisis Regresi Linier Berganda	84
F. Pembahasan	86

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	91
B. Saran	92

DAFTAR PUSTAKA	93
-----------------------------	-----------

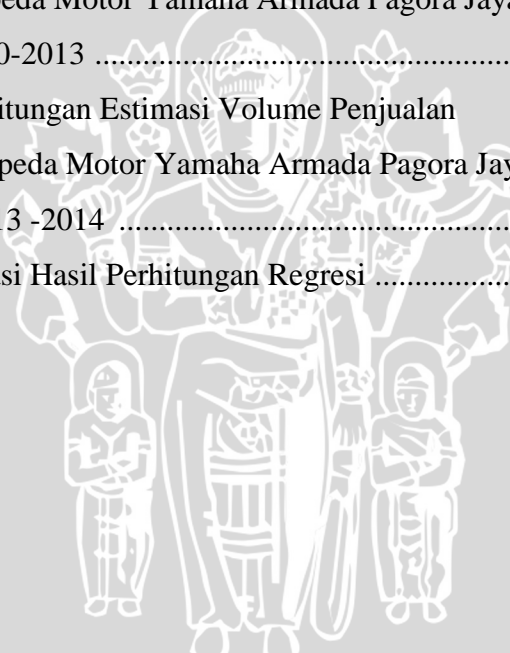


DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Penjualan Sepeda Motor Tahun 2012	4
Tabel 3.1 : Variabel dan Indikator/Item	53
Tabel 2. 1 : Pemasaran menurut beberapa ahli	11
Tabel 4.1 : Distribusi tenaga kerja berdasarkan jumlah tenaga kerja	67
Tabel 4.2 : Alokasi Waktu Kerja	67
Tabel 4. 3 : Sarana Media Periklanan <i>Dealer</i> Sepeda Motor Yamaha Armada Pagora Jaya Tulungagung	70
Tabel 4.4 : Biaya Periklanan pada Radar Tulungagung <i>Dealer</i> Sepeda Motor Yamaha Armada Pagora Jaya Tulungagung Tahun 2010 -2013	71
Tabel 4. 5 : Biaya Periklanan pada Radio Josh FM <i>Dealer</i> Sepeda Motor Yamaha Armada Pagora Jaya Tulungagung Tahun 2010 -2013.....	71
Tabel 4.6 : Volume Penjualan <i>Dealer</i> Sepeda Motor Yamaha Armada Pagora Jaya Tulungagung Tahun 2010-2013	73
Tabel 4. 7 : Omzet Penjualan <i>Dealer</i> Sepeda Motor Yamaha Armada Pagora Jaya Tulungagung Tahun 2010-2013	73
Tabel 4.8 : Perhitungan Estimasi Biaya Periklanan <i>Dealer</i> Sepeda Motor Yamaha Armada Pagora Jaya Tulungagung Tahun 2010-2013	75
Tabel 4.9 : Hasil Perhitungan Estimasi Biaya Periklanan <i>Dealer</i> Sepeda Motor Yamaha Armada Pagora Jaya Tulungagung Tahun 2013-2014	75
.Tabel 4.10 : Perhitungan Estimasi Frekuensi Periklanan <i>Dealer</i> Sepeda Motor Yamaha Armada Pagora Jaya Tulungagung Tahun 2010-2013	76



Tabel 4.11 : Hasil Perhitungan Estimasi Frekuensi Periklanan <i>Dealer Sepeda Motor Yamaha Armada Pagora Jaya Tulungagung</i> Tahun 2013-2014	77
Tabel 4.12 : Perhitungan Estimasi Omzet Penjualan <i>Dealer Sepeda Motor Yamaha Armada Pagora Jaya Tulungagung</i> Tahun 2010-2013	78
Tabel 4.13: Hasil Perhitungan Estimasi Omzet Penjualan <i>Dealer Sepeda Motor Yamaha Armada Pagora Jaya Tulungagung</i> Tahun 2013-2014	79
Tabel 4.14 : Perhitungan Estimasi volume Penjualan <i>Dealer Sepeda Motor Yamaha Armada Pagora Jaya Tulungagung</i> Tahun 2010-2013	80
Tabel 4.15 : Hasil Perhitungan Estimasi Volume Penjualan <i>Dealer Sepeda Motor Yamaha Armada Pagora Jaya Tulungagung</i> Tahun 2013 -2014	81
Tabel 4.16 : Rekapitulasi Hasil Perhitungan Regresi	84



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 : Proses Manajemen Periklanan	25
Gambar 4. 1 : Bagan Struktur Organisasi Dealer Sepeda Motor Yamaha Armada Pagora Jaya Tulungagung	64



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Daftar Wawancara	95
Lampiran 2 : Hasil Perhitungan Least Square Biaya Periklanan	97
Lampiran 3 : Hasil Perhitungan Least Square Frekuensi Periklanan.....	98
Lampiran 4 : Hasil Perhitungan Leasr Square Penjualan (Rp)	99
Lampiran 5 : Hasil Perhitungan Least Square Penjualan (Unit).....	100
Lampiran 6 : Hasil Perhitungan Pertumbuhan Biaya Periklanan	101
Lampiran 7 : Hasil Perhitungan Pertumbuhan Frekuensi Periklanan	102
Lampiran 8 : Hasil Perhitungan Pertumbuhan Penjualan (Rp).....	103
Lampiran 9 : Hasil Perhitungan Pertumbuhan Penjualan (Unit)	104
Lampiran 10 : Hasil Uji Perhitungan Regresi Berganda.....	105

