

**HUBUNGAN BIAYA PROMOSI SUSU ANLENE™
TERHADAP
PENJUALAN PADA PT. FONTERRA BRANDS INDONESIA**

SKRIPSI

N a m a : Indri Rachmawati

N I M : 43109110078



FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA 2012

**HUBUNGAN BIAYA PROMOSI SUSU ANLENE™
TERHADAP
PENJUALAN PADA PT. FONTERRA BRANDS INDONESIA**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

SARJANA EKONOMI

Program Studi Manajemen – Strata 1

N a m a : Indri Rachmawati

N I M : 43109110078



**FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2012**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : Indri Rachmawati

NIM : 43109110078

Program Studi : Manajemen Strata-1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenakan sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta 9 Febuari 2012

(Indri Rachmawati)
NIM : 43109110078

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Indri Rachmawati
NIM : 43109110078
Program Studi : Manajemen Strata-1
Judul Skripsi : HUBUNGAN BIAYA PROMOSI SUSU ANLENETM
TERHADAP PENJUALAN PADA PT. FONTERRA
BRANDS INDONESIA

Tanggal Ujian Skripsi : 9 Februari 2012

Disahkan Oleh :

Pembimbing,


(Tafiprios, S.E., M.M.)

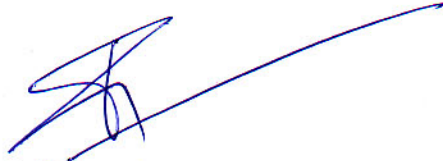
Tanggal :

Dekan,


(Dr. Wiwik Utami, A.K., M.S.)

Tanggal :

Ketua Program Manajemen,


(Arief Bowo Pravoga K, S.E., M.M.)

Tanggal : 21/3/2012

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi Berjudul

HUBUNGAN BIAYA PROMOSI SUSU ANLENETM TERHADAP
PENJUALAN PADA PT. FONTERRA BRANDS INDONESIA

Dipersiapkan dan Disusun oleh :

Indri Rachmawati

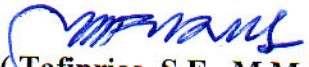
43109110078

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 9 Febuari 2012

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Susunan Dewan Penguji

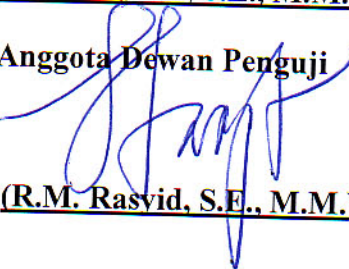
Ketua Penguji/Pembimbing Skripsi


(Tafiprios, S.E., M.M.)

Anggota Dewan Penguji


(Tri Wahyono, S.E., M.M.)

Anggota Dewan Penguji


(R.M. Rasvid, S.E., M.M.)

KATA PENGANTAR

Puji syukur Penulis Panjatkan ke Hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya, selama proses pembuatan dan penyelesaian skripsi ini penulis telah banyak mendapat bimbingan, dukungan dan bantuan dari berbagai pihak baik berupa moril maupun fasilitas yang sangat bermanfaat. Untuk itu melalui kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak H. Probosutedjo, selaku pimpinan Yayasan Meanra Bakti pada Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Ir. Arisetyanto Nugroho, M.M. selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dr. Wiwik Utami, A.K., M.S. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Arief Bowo Prayoga K, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana.
5. Bapak Tafiprios, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Penyusunan Skripsi
6. Keluarga saya, “The Harras”, yang telah memberikan dorongan baik secara moril maupun materil.
7. Miacheal Mak atas segala pengertian, perhatian, bantuan dan dukungannya.

8. Seluruh rekan kerja di Fonterra Brands Indonesia terutama wafa Marwan yang telah banyak membantu dan memberikan dukungan moril, semoga persahabatan kita akan terus langgeng dan terjaga.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh sebab itu dengan segala kerendahan hati penulis mohon saran dan kritik yang membangun dari pembaca.

Harapan penulis kiranya Skripsi ini semoga dapat memberikan manfaat kepada pembaca, Khususnya Mahasiswa Jurusan Manajemen Pemasaran

Jakarta, Februari 2012

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Batasan Masalah.....	6
1.3 Perumusan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Kegunaan Penelitian.....	7

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	8
2.1.1 Definisi Manajemen	8
2.1.2 Definisi Pemasaran.....	9
2.1.3 Definisi Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.4 Definisi Bauran Pemasaran.....	12
2.1.5 Definisi Promosi.....	16

	2.1.6 Definisi Bauran Promosi	18
	2.1.7 Definisi Audit Promosi.....	27
	2.1.8 DefinisiPenjualan.....	30
	2.2 Hipotesis.....	33
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	
	3.1 Gambaran Umum.....	34
	3.1.1 Berdirinya Perusahaan.....	34
	3.1.2 Perkembangan Perusahaan.....	35
	3.2 Metodologi Penelitian.....	36
	3.3 Operasionalisasi Variabel	36
	3.4 Jenis dan Sumber Data.....	36
	3.5 Prosedur Pengumpulan data.....	37
	3.6 Metode Analisis	38
	3.6.1 Korelasi.....	38
	3.6.2 Koefisien Determinasi.....	40
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
	4.1 Kebijakan Manajemen di Bidang Pemasaran.....	41
	4.2 Biaya Promosi.....	44
	4.3 Analisis Hubungan antara biaya Promosi dengan tingkat Penjualan.....	48
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
	5.1 Kesimpulan	53
	5.2 Saran.....	53

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Tabel Penjualan Susu di Indonesia.....	3
1.2 Rangking Perusahaan Susu di Indonesia (Berdasarkan Market Share).....	5
2.1 4P dalam Bauran Pemasaran.....	13
2.2 Alat-Alat Bauran Pemasaran	26
3.1 Operasional Variabel.....	36
3.2 Data Kuantitatif.....	37
3.3 Tabel Penjualan Susu di Indonesia.....	39
4.1 Biaya Promosi PT Fonterra Brands Indonesia.....	44
4.2 Tingkat Penjualan PT Fonterra Brands Indonesia.....	45
4.3 Hasil Uji Statistik Descriptives Hasil Uji Korelasi, Hasil Uji Regresi.....	49