

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN TERHADAP PERSEPSI
KONSUMEN PADA PERUSAHAAN PENJUALAN SEPEDA
MOTOR YAMAHA**

SKRIPSI

Program Studi Manajemen S-1

Disusun Oleh :

Nama : ARDIANTO

NIM : 43106010085



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2010**

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN TERHADAP PERSEPSI
KONSUMEN PADA PERUSAHAAN PENJUALAN SEPEDA
MOTOR YAMAHA**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

SARJANA EKONOMI

Program Studi Manajemen S-1

Disusun Oleh :

Nama : ARDIANTO

NIM : 43106010085



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2010

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ardianto
NIM : 43106010085
Program Studi : Manajemen S-1
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Persepsi Konsumen
Pada Perusahaan Penjualan Sepeda Motor Yamaha
Tanggal ujian : 24 Agustus 2010

Disahkan Oleh
Pembimbing

(Hesti Maheswari, SE., M.Si)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Dekan

Ketua Program Studi

Manajemen S-1

(Dra. Yuli Harwani R., MM)

(Arief Bowo Prayoga K. SE., MM)

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ardianto

NIM : 43106010085

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 dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

Jakarta, 24 Agustus 2010

Ardianto
NIM : 43106010085

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI

SKRIPSI

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN TERHADAP PERSEPSI
KONSUMEN PADA PERUSAHAAN PENJUALAN SEPEDA
MOTOR YAMAHA**

Dipersiapkan dan Disusun Oleh :

Nama : Ardianto

NIM : 43106010085

Telah dipertahankan di depan dewan penguji pada tanggal 24 Agustus 2010

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji/Pembimbing Skripsi

(Hesti Maheswari, SE., M.Si)

Anggota Dewan Penguji

(Dra. Evawati Khumaedi, M.Si)

Anggota Dewan Penguji

(Lianah, SE., M.Com)

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr.wb, Segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT. Atas berkat rahmat dan hidayah-Nya yang telah dilimpahkan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Persepsi Konsumen Pada Perusahaan Penjualan Sepeda Motor Yamaha”** yang dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat guna mendapatkan gelar sarjana ekonomi pada Universitas Mercu Buana, dan untuk melengkapi tugas akhir dalam rangka menyelesaikan Program Sarjana Strata 1 (S1) pada Universitas Mercu Buana Jakarta.

Dalam penyelesaian skripsi ini memang memerlukan ketekunan dan kesabaran dan dengan segala kemampuan yang ada dalam penyusunannya tidak terlepas dari berbagai hambatan dan kesulitan. Namun manusia tidak luput dari kesalahan, sehingga penulis pun menyadari bahwasanya penulisan skripsi ini masih belum sempurna. Karena kesempurnaan itu hanyalah milik Allah SWT. Untuk itu penulis menyampaikan maaf dan akan terus meningkatkan kemampuan dan pengetahuan.

Dalam penulisan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari bantuan, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak yang selama ini telah meluangkan waktu dan tenaganya. Untuk itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dra. Ibu Yuli Harwani, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Arief Bowo Prayoga K, SE, MM, selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana.
3. Hesti Maheswari, SE., M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan pengarahan baik secara materi maupun secara teknis, serta memberikan masukan bagi penulis dalam menyusun skripsi ini.
4. Pimpinan seluruh staff serta para dosen yang telah membantu pelaksanaan kegiatan perkuliahan dan administrasi.
5. Untuk Bapak dan Ibu tercinta, serta Kakakku Prima yang telah memberikan semangat, dorongan, kasih sayang dan juga doa yang tak ternilai harganya.
6. Keluarga yang selalu menemani dan memberi dukungan, perhatian dengan rasa cinta dan kasih sayang.
7. Sahabat-sahabat terbaikku yang telah banyak memberikan bantuan dan semangat bagi penulis dalam penyusunan skripsi ini. Tantri, Eko, Loco, Helda, Alfian, Vita, Ciput dan Angga.
8. Untuk Anak - anak 2006 seperjuangan, sepenaggungan, dan sependaritaan.
9. Untuk semua pihak yang belum disebutkan yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis ingin mengucapkan maaf dan terima kasih sebesar-besarnya.

Akhir kata penulis mengucapkan Alhamdulillahirabbil'allamin.

Jakarta, 24 Agustus 2010

Ardianto

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	v
ABSTRAK	vi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Pembatasan Masalah.....	4
1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	4
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Pengertian Pemasaran	6
2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	7
2.3 Pengertian Bauran Pemasaran.....	8
2.4 Promosi Penjualan	11
2.4.1 Pengertian Promosi Penjualan	11
2.4.2 Tujuan Promosi Penjualan	14
2.5 Pengertian Penjualan.....	17
2.6 Pengetian Komunikasi Pemasaran	20
2.7 Bauran Komunikasi Pemasaran	20

2.8 Perilaku Konsumen	22
2.9 Persepsi Konsumen	23
2.10 Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Persepsi Konsumen...	27

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian.....	28
3.2 Gambaran Umum Perusahaan.....	28
3.3 Metode Penelitian	30
3.4 Hipotesis.....	31
3.5 Populasi dan Sampel	31
3.6 Variabel dan Pengukuran	32
3.7 Devinisi Operasional Variabel	33
3.8 Metode Pengumpulan Data.....	35
3.9 Metode Analisis Data.....	35

BAB IV ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Karakteristik Responden.....	37
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan usia.....	39
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	40
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	41

4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran	
Rata-rata Dalam Sebulan.....	42
4.2 Analisa Hasil Kuesioner Promosi Penjualan	43
4.2.1 Tanggapan Konsumen Mengenai Program Promosi	
Penjualan Melalui Potongan Uang Muka	44
4.2.2 Tanggapan Konsumen Mengenai Program Promosi	
Penjualan Melalui Potongan Angsuran.....	45
4.2.3 Tanggapan Konsumen Mengenai Program Promosi	
Penjualan Melalui Kupon Undian Berhadiah	46
4.2.4 Tanggapan Konsumen Mengenai Hadiah Langsung	47
4.2.5 Tanggapan Konsumen Mengenai Garansi Servis	
dan Ganti Oli	48
4.3 Analisa Hasil Kuesioner Persepsi Konsumen	50
4.3.1 Persepsi Ketertarikan Konsumen Terhadap	
Potongan Uang Muka.....	50
4.3.2 Persepsi Ketertarikan Konsumen Terhadap	
Hadiah langsung.....	51
4.3.3 Persepsi Keputusan Konsumen Terhadap	
Jaminan Produk.....	53
4.3.4 Persepsi Keputusan Konsumen Terhadap	
Potongan Angsuran	54
4.3.5 Persepsi Kepuasan Konsumen Terhadap	
Program Promosi.....	55

4.4 Analisis Bentuk Promosi Penjualan	57
4.5 Analisis Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Persepsi Konsumen Pada Perusahaan Sepeda Motor Yamaha	60

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	63
5.2 Saran.....	64

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

