

**PENGARUH BAURAN PROMOSI PRODUK
TELKOMSELFASH SMALL DENOMINATION
TERHADAP JUMLAH PELANGGAN *TELKOMSELFASH*
PADA PT TELKOMSEL**

SKRIPSI

N a m a : Dinisari Rumiati

N I M : 43108110086



FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2010

**PENGARUH BAURAN PROMOSI PRODUK
TELKOMSELFASH SMALL DENOMINATION
TERHADAP JUMLAH PELANGGAN *TELKOMSELFASH*
PADA PT TELKOMSEL**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

SARJANA EKONOMI

Program Studi Manajemen – Strata 1

N a m a : Dinisari Rumiati

N I M : 43108110086



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2010

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dinisari Rumiati

NIM : 43108110086

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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 8 Agustus 2010

(Dinisari Rumiati)

NIM: 43108110086

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Dinisari Rumiati
NIM : 43108110086
Program Studi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Bauran Promosi Produk *TELKOMSELF*lash
Small Denomination terhadap Jumlah Pelanggan
*TELKOMSELF*lash pada PT Telkomsel
Tanggal Lulus Ujian : 26 Agustus 2010

Disahkan Oleh:
Pembimbing Skripsi

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
(Arief Bowo Prayoga K, SE, MM.)

Dekan

Ketua Program Studi Manajemen – S1

(Dra. Yuli Harwani, MM.)

(Arief Bowo Prayoga K, SE, MM.)

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi

Pengaruh Bauran Promosi Produk *TELKOMSELFASH Small Denomination*

Terhadap Jumlah Pelanggan *TELKOMSELFASH*

(Studi Kasus PT Telkomsel)

Dipersiapkan dan Disusun oleh:

Dinisari Rumiati

43108110086

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 26 Agustus 2010

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji/ Pembimbing Skripsi

U N I V E R S I T A S

(Arief Bowo Prayoga K, SE, MM.)

M E R C U B U A N A

Anggota Dewan Penguji

(Yuhasril, SE, ME.)

Anggota Dewan Penguji

(Lianah, SE, M.Com)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang senantiasa memberikan karuniaNya, karena hanya atas segala petunjuk dan kekuatanNya penulis dapat menyelesaikan penelitian dan penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana. Adapun judul skripsi ini adalah “Pengaruh Bauran Promosi Produk *TELKOMSELF*lash Small Denomination terhadap Jumlah Pelanggan *TELKOMSELF*lash pada PT Telkomsel”.

Pada lembaran ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang setulus-tulusnya atas berbagai bantuan dan dukungan yang telah diberikan. Pertama-tama rasa terima kasih penulis yang sedalam-dalamnya kepada Bapak Arief Bowo Prayoga K, SE, MM., selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu dan pikirannya yang sangat berharga ditengah-tengah kesibukannya dalam memberikan bimbingan dan arahan untuk penulisan skripsi ini. Sikap keterbukaan dan penerimaan beliau sangat berharga bagi penulis pribadi.

Penulis juga mengucapkan terima kasih pada:

1. Ibu Dra. Yuli Harwani MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Arief Bowo Prayoga K, SE, MM., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana.

3. Seluruh Staf Dosen pengajar Program Kelas Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
4. Rekan-rekan di Telkomsel yang telah membantu penulis dalam memperoleh data-data penelitian, mas Arief dan Taufik (Divisi Broadband), Tora (Divisi Corporate Communication) dan Zaki (Divisi Sales).
5. Papa dan mama, terima kasih untuk segala pengorbanan, doa, semangat, dan rasa sayangnya selama ini, yang selalu memberikan dukungan atas semua pencapaian ini. Untuk calon suamiku tercinta, Resa Eka Novianto terima kasih atas bantuan, kesabaran dan pengertiannya serta semangat yang diberikan.
6. Seluruh pihak yang telah membantu kelancaran dan keberhasilan penyelesaian skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki penulis akan materi yang disajikan. Akhir kata, semoga penelitian ini dapat bermanfaat secara positif bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

Jakarta, 8 Agustus 2010

Dinisari Rumiati

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
ABSTRAK.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Batasan Masalah.....	6
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
2.1 Promosi.....	9
2.1.1 Definisi.....	9
2.1.2 Tujuan Promosi.....	10
2.1.3 Pelaksanaan Rencana Promosi.....	11

2.2 Bauran Promosi (<i>Promotional Mix</i>).....	14
2.2.1 Definisi.....	14
2.2.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Bauran Promosi.....	14
2.2.3 Strategi Bauran Promosi.....	17
2.2.4 Variabel Bauran Promosi.....	18
a. Periklanan (<i>Adverstising</i>).....	18
b. Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>).....	22
c. Hubungan Masyarakat (<i>Public Relation</i>).....	24
d. Penjualan Personal (<i>Personal Selling</i>).....	27
e. Pemasaran Langsung (<i>Direct Marketing</i>).....	30
2.3 Keterkaitan Bauran Promosi dengan Jumlah Pelanggan.....	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	34
3.1.1 Visi dan Misi PT Telkomsel.....	35
3.1.2 Produk-produk PT Telkomsel.....	35
3.2 <i>TELKOMSELF</i> lash.....	36
3.2.1 Keunggulan <i>TELKOMSELF</i> lash.....	36
3.2.2 Langkah Penggunaan <i>TELKOMSELF</i> lash.....	38
3.3 Desain Penelitian.....	39
3.4 Hipotesis.....	39
3.5 Variabel.....	40
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	42
3.7 Jenis Data.....	42

3.8 Metode Analisis Data.....	43
3.8.1 Analisis Regresi Berganda.....	43
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1 Tujuan Promosi PT Telkomsel.....	46
4.2 Bauran Promosi PT Telkomsel.....	48
4.2.1 Periklanan (<i>Adverstising</i>).....	48
4.2.2 Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>).....	54
4.2.3 Hubungan Masyarakat (<i>Public Relation</i>).....	58
4.3 Data dan Analisis Data.....	66
4.3.1 Data.....	66
4.3.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	67
BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	74
5.1 Kesimpulan.....	74
5.2 Saran.....	76

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 2.1	<i>Profiles of Major Media Types</i>	20
Tabel 3.1	Paket <i>TELKOMSEL</i> Flash Small Denomination.....	38
Tabel 3.2	Operasionalisasi Variabel.....	41
Tabel 4.1	Variabel X dan Variabel Y.....	66
Tabel 4.2	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	68
Tabel 4.3	<i>Coefficients</i>	69
Tabel 4.4	<i>T-test</i>	70
Tabel 4.5	ANOVA.....	71
Tabel 4.6	<i>Model Summary</i>	72
Tabel 4.7	Koefisien Parsial (r^2).....	73



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1 Variabel Independen & Variabel Dependen.....	41
Gambar 4.1 Periklanan <i>TELKOMSELF</i> lash.....	52
Gambar 4.2 Promosi Penjualan <i>TELKOMSELF</i> lash.....	57
Gambar 4.3 Program CSR <i>TELKOMSELF</i> lash.....	63



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
LAMPIRAN 1 Struktur Organisasi PT Telkomsel.....	79
LAMPIRAN 2 <i>Output SPSS for Windows version 17.0</i>	80

