

**ANALISIS PENGARUH BIAYA PROMOSI TERHADAP
PENJUALAN PRODUK *SPEEDY BROADBAND ACCESS*
DI KANDATEL JAKARTA SELATAN**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi pada
Program Studi S1 Manajemen**

N A M A : HARYONO BUDI UTOMO

N I M : 4310412 - 168



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2008**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : **HARYONO BUDI UTOMO**
NIM : **4310412 - 168**
Program Studi : Manajemen S1
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Penjualan Produk *Speedy Broadband Access* di Kandatel Jakarta Selatan

Tanggal Ujian Skripsi : 18 April 2008



Disahkan Oleh :

P e m b i m b i n g

UNIVERSITAS
(Drs. Wawan Purwanto, SE,MM)
Tanggal : 01 Maret 2008
MERCU BUANA

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Program Studi
Manajemen S1

(Drs. Hadri Mulya, M.Si)
Tanggal :

(Tafiprios, SE,MM)
Tanggal :

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur penulis penjatkan kepada Allah SWT, karena berkat dan karunianya dan hidayahnya yang dianugerahkan kepada penulis, penulisan skripsi ini dapat selesai pada waktunya dan sesuai apa yang diharapkan. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) pada Program Studi Strata 1 (S1) Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana Jakarta.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Hal ini disebabkan oleh terbatasnya pengetahuan dan kurangnya pengalaman penulis dalam menyusun skripsi. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang bersifat membangun guna penyempurnaan skripsi ini.

Dalam menyusun skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Drs. Hadri Mulya, MSi., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Tafiprios, SE, MM. Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana atas segala kebaikan dan kebijakannya yang sangat menunjang keberhasilan penulis dalam menyelesaikan Studi di Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana.

3. **Bapak Drs. Wawan Purwanto SE, MM.** Selaku Pembimbing Skripsi atas waktu dan bimbingannya yang banyak membantu penulis hingga terselesainya skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen PKK Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Mercu Buana yang telah memberikan bekal ilmu selama dibangku kuliah.
5. Para Karyawan PKK Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana, baik yang ada di Kampus A Meruya maupun Kampus C Depok, yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Ening Susilo, Selaku Asisten Manager Prime Customer Care di PT. TELKOM Jakarta Selatan yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan riset di PT. TELKOM, Tbk.
7. Bapak Ikmal Yazid, Selaku Pembimbing Lapangan di Kantor PT. TELKOM, Tbk Kandatel Jakarta Selatan yang telah banyak membantu penulis dalam memperoleh informasi yang berhubungan dengan skripsi ini.
8. Isteri, dan anak-anakku yang selalu memberikan dorongan serta semangat, dukungan moral dan do'a yang selalu menyertai penulis hingga selesainya penyusunan skripsi ini.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini agar dapat memberikan manfaat baik bagi penulis sendiri maupun pihak lain yang membacanya.

Jakarta, Februari 2008

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PENGANTAR	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR ISI	vii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	4
C. Pembatasan Masalah	5
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	7
B. Bauran Pemasaran	11
C. Bauran Promosi	23
D. Tahap-Tahap Dalam Pengembangan Bauran Promosi...	36
E. Pengertian Penjualan dan Strategi Penjualan	40
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Perusahaan	42
B. Metode Penelitian	54
C. Hipotesis	54

	D. Metode Pengumpulan Data	54
	E. Definisi Operasional Variabel	55
	F. Metode Analisa Data	56
BAB IV	ANALISA DAN PEMBAHASAN	
	A. Kebijakan Bauran Promosi Bisnis PT. Telkom Kandatel Jakarta Selatan	58
	B. Analisis Pengaruh Biaya Promosi terhadap Tingkat Penjualan PT. Telkom Kandatel Jakarta Selatan	66
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
	A. Kesimpulan	71
	B. Saran	71
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Empat P dalam Bauran Pemasaran dan Variabel-variabelnya	12
Tabel 2. 5 (lima) Pilar Bisnis Telkom	46
Tabel 3. Perkembangan Biaya Bauran Promosi yang dikeluarkan oleh PT. Telkom Kandatel Jakarta Selatan	64
Tabel 4. Perkembangan Penjualan Produk Speedy PT. Telkom Kandatel Jakarta Selatan	65
Tabel 5. Tingkat Penjualan dan Biaya Promosi PT. Telkom Kandatel Jakarta Selatan	66



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Grafik Biaya Promosi PT. Telkom Kandatel Jakarta Selatan Tahun 2002-2006	65
Gambar 2. Grafik Penjualan PT. Telkom Kandatel Jakarta Selatan Tahun 2002-2006	66

