

**PENGARUH KEGIATAN CHANNEL DISPLAY TERHADAP VOLUME
PENJUALAN PT. LANGGENG KAWAN SEJATI (SUZUKI JOGLO)
JAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar SARJANA EKONOMI
Program Studi Manajemen

Nama : LENI GARDENIA

NIM : 4310412-024



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2006**

**PENGARUH KEGIATAN CHANNEL DISPLAY TERHADAP VOLUME
PENJUALAN PT. LANGGENG KAWAN SEJATI (SUZUKI JOGLO)
JAKARTA**

SKRIPSI

Program Studi Manajemen

Nama : LENI GARDENIA

NIM : 4310412-024



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2006**

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Dengan memanjatkan rasa syukur Alhamdulillah kehadiran Allah Subhanahuwata'ala yang atas rahmat dan karuniaNya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul :
“PENGARUH KEGIATAN CHANNEL DISPLAY TERHADAP VOLUME PENJUALAN PT. LANGGENG KAWAN SEJATI (SUZUKI JOGLO)”

Adapun maksud serta tujuan penyusunan skripsi ini adalah sebagai syarat yang wajib dipenuhi oleh setiap mahasiswa tingkat akhir untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Universitas Mercu Buana (UMB).

Dalam penyusunan skripsi ini penulis telah mendapat pengarahan serta bimbingan yang mengarahkan penulis ke pemikiran yang lebih mendalam dan meluas, dimana skripsi ini isinya sederhana dan jauh dari sempurna. Hal ini tidak lain karena keterbatasan yang dimiliki penulis baik pengetahuan, pengalaman maupun kemampuan. Walaupun demikian penulis berusaha semaksimal mungkin untuk mencapai hasil yang baik dalam penyusunan skripsi ini.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : LENI GARDENIA
N I M : 4310412-024
Program Studi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : "PENGARUH KEGIATAN CHANNEL DISPLAY
TERHADAP VOLUME PENJUALAN PT
LANGGENG KAWAN SEJATI (SUZUKI JOGLO)"

Tanggal Ujian Skripsi : 12 Oktober 2006

Disahkan Oleh :

Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
(Dra. Yuli Harwani., MM)

Dekan,

(Drs. Hadri Mulya., M.Si)

Ketua Program Studi
Manajemen S1,

(Tafiprios, SE., MM)

7. Bapak Paino serta staff karyawan dan karyawan Civitas Akademik Universitas Mercu Buana yang telah banyak membantu.
8. Bapak Frenky Limanto dan Bapak Lukas dari PT. Langgeng Kawan Sejati (Suzuki Joglo) yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Sedangkan bantuan berupa doa restu, dorongan, semangat dan pengorbanannya datang dari :

1. Ayah dan Ibu tercinta yang telah memberikan doa, dukungan dan dorongan yang tiada henti-hentinya kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Kakak-kakakku tercinta Hayati, Sahli, Wila, Ipul, Yuli dan 12 keponakan-keponakanku yang lucu, Mey-mey, Kahfi, Fadri, Iki, Ari, Fahmi, Adam, Zulfa, Shifa, Tia, Ajun & Tara serta kakak-kakak iparku yang telah memberikan dorongan, motivasi dan selalu menghiburku dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Teruntuk Abangku Tersayang “Hira Pintan Andante” yang selalu setia mendampingi dalam suka dan duka serta memberikan dorongan, nasihat dan doa yang tulus serta kasih sayangnya kepada penulis.

4. Kepada Sahabatku yang paling aku sayangi Dewi Rosita dan sahabat-sahabatku yang lain Lia, Eel & Fanti yang memberikan penulis semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Lia & O'i, Jua & Gendro, Reni & Heru yang telah menjadi sahabat terbaik selama melakukan perjuangan dikampus.
6. Pimpinan dan seluruh Staff. PT. PT. Langgeng Kawan Sejati (Suzuki Joglo) Rena, Mba Yuni, Riad, Mas Yudi yang telah membantu dan memberikan semangat dan yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman-teman semua yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, terima kasih atas doanya.

Akhir kata penulis menyampaikan doa semoga semua pihak yang telah memberikan dorongan, dukungan, semangat dan bantuannya kepada penulis mendapatkan Ridho dan Balasan dari Allah SWT. Amin.

Jakarta, Agustus 2006

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR GAMBAR.....	iii
DAFTAR TABEL.....	iv
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar belakang.....	1
B. Perumusan masalah.....	5
C. Pembatasan masalah.....	6
D. Tujuan dan kegunaan penelitian.....	6
 BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran.....	8
1. Pengertian Bauran Pemasaran.....	9
2. Pengertian Saluran Pemasaran.....	12
B. Pengertian Dan Tujuan Komunikasi Pemasaran Terpadu	22
1. Pengertian Komunikasi Pemasaran Terpadu.....	22
2. Tujuan Komunikasi Pemasaran Terpadu.....	25
C. Bauran Komunikasi.....	26
1. Pengertian Perilkana.....	26
2. Pengertian Promosi Penjualan.....	28

3. Pengertian Hubungan Masyarakat dan Publisitas.....	30
4. Pengertian Penjualan Personal/Pribadi.....	32
5. Pengertian Pemasaran Langsung.....	33
D. Sponsorship.....	35
E. Pameran.....	37
F. Point-of-purchase Communication atau Pembelian ditempat Penjualan.....	38

BAB III METODE PENELITIAN

A. Gambaran Umum	39
1. Lokasi Penelitian.....	39
2. Sejarah Perusahaan.....	39
3. Struktur Organisasi.....	41
4. Bidang Usaha Perusahaan.....	45
B. Metode Penelitian.....	45
C. Hipotesis.....	45
D. Definisi Operasional Variabel.....	46
E. Metode Pengumpulan Data.....	47
F. Metode Analisis Data.....	47

BAB IV ANALISIS DAN HASIL PEMBAHASAN

A. Gambaran Data.....	49
1. Data umum Channel Display.....	49
2. Jumlah data 35 Lokasi Channel Display.....	49

B. Data Tingkat Volume Penjualan Channel Display.....	55
1. Tingkat Volume Penjualan bulan Januari.....	55
2. Tingkat Volume Penjualan bulan Februari.....	56
3. Tingkat Volume Penjualan bulan Maret.....	57
4. Tingkat Volume Penjualan bulan April.....	58
5. Tingkat Volume Penjualan bulan Mei.....	59
6. Tingkat Volume Penjualan bulan Juni.....	60
7. Tingkat Volume Penjualan bulan Juli.....	61
8. Tingkat Volume Penjualan bulan Agustus.....	62
9. Tingkat Volume Penjualan bulan September.....	63
10. Tingkat Volume Penjualan bulan Oktober.....	64
11. Tingkat Volume Penjualan bulan November.....	65
12. Tingkat Volume Penjualan bulan Desember.....	66
C. Analisis Data Penjualan Channel Display Terhadap Volume Penjualan pada tahun 2005.....	67

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	69
B. Saran.....	70

DAFTAR PUSTAKA.....	v
----------------------------	----------

LAMPIRAN.....	vi
----------------------	-----------

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Sumber Penghematan menggunakan perantara.....	13
Gambar 2.2 Hirarki Komunikasi.....	23
Gambar 3.1 Struktur Organisasi PT. Langgeng Kawan Sejati (Suzuki Joglo)...	44



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Tingkat Volume Penjualan bulan Januari.....	55
Tabel 4.2 Tingkat Volume Penjualan bulan Februari.....	56
Tabel 4.3 Tingkat Volume Penjualan bulan Maret.....	57
Tabel 4.4 Tingkat Volume Penjualan bulan April.....	58
Tabel 4.5 Tingkat Volume Penjualan bulan Mei.....	59
Tabel 4.6 Tingkat Volume Penjualan bulan Juni.....	60
Tabel 4.7 Tingkat Volume Penjualan bulan Juli.....	61
Tabel 4.8 Tingkat Volume Penjualan bulan Agustus.....	62
Tabel 4.9 Tingkat Volume Penjualan bulan September.....	63
Table 4.10 Tingkat Volume Penjualan bulan Oktober.....	64
Tabel 4.11 Tingkat Volume Penjualan bulan November.....	65
Table 4.12 Tingkat Volume Penjualan bulan Desember.....	66