PENGARUH PROMOSI, JUMLAH DEALER, JUMLAH SALES PERSON TERHADAP HASIL PENJUALAN DAIHATSU XENIA P.T. ASTRA INTERNATIONAL JAKARTA 2004-2005

SKRIPSI
Program Studi Manajemen

N a m a	: DEVI IRFANDI
N I M	: 03101-047

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2005

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

N a m a	**: DEVI IRFANDI**
N I M	**: 03101-047**
N I R M	**: 03101-047**
Program Studi	**: MANAJEMEN (S1)**
Judul Skripsi	**: PENGARUH PROMOSI, JUMLAH DEALER, JUMLAH SALES PERSON, TERHADAP HASIL PENJUALAN DAIHATSU XENIA P.T. ASTRA INTERNATIONAL.**
Tanggal Ujian Skripsi	**: 26 September 2005**

Disahkan Oleh :

Pembimbing

(PRIYONO, SE. MM)
Tanggal : 7/10 - 05

Dekan,

(Drs. Hadri Mulya, MSi)
Tanggal : 7/10 - 05

Ketua Jurusan Manajemen/Akuntansi

(Tafiprios, SE, MM)
Tanggal : 7/10 - 2005

KATA PENGANTAR

Bismilahirrohmanirrohim

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul : **"PENGARUH PROMOSI, JUMLAH DEALER, JUMLAH SALES PERSON TERHADAP HASIL PENJUALAN DAIHATSU XENIA P.T. ASTRA INTERNATIONAL Tbk.**

Penulisan skripsi ini adalah salah satu bentuk dari karya ilmiah yang pada dasarnya merupakan syarat mutlak untuk meraih gelar Sarjana Strata Satu khususnya jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana. Oleh karena itu, dalam penulisannya memerlukan kesungguhan, kecermatan, dan wawasan yang cukup sehingga dapat mengaplikasikan kemampuan dalam mengembangkan teori-teori yang telah diperoleh selama perkuliahan dan sekaligus dapat menerapkannya dalam praktek.

Dalam melakukan penulisan skripsi ini, penulis menyadari besarnya bantuan dan bimbingan yang diberikan oleh beberapa pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat – Nya dan kekuatan jasmani dan rohani, memberi cinta-Nya tanpa batas dan tanpa henti-hentinya sehingga dapat terselesaikan tugas akhir ini.

2. Kepada Junjungan Baginda Nabi Besar Muhammad Saw beserta para sahabat dan pengikutnya yang setia terhadap ajaran dan ajakan Beliau.
3. Bapak H. Probosutedjo, selaku Ketua Yayasan Menara Bhakti Universitas Mercu Buana, Jakarta.
4. Bapak Dr. Ir. Suharyadi, Msi. selaku Rektor Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana, Jakarta.
5. Bapak Drs. Hadri Mulya, Msi, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana, Jakarta.
6. Bapak Tafiprios, SE, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Mercu Buana, Jakarta.
7. Bapak Priyono, SE. MM, selaku Pembimbing Skripsi yang banyak memberikan waktu, saran, serta bimbingan kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
8. Adi Supriyanto, yang telah meluangkan waktunya dan memberikan data-data serta informasi yang penulis butuhkan tentang P.T. Astra International Tbk.
9. Seluruh karyawan P.T. Astra International Tbk yang telah membantu meluangkan waktu dan tenaganya kepada penulis selama penelitian dan pengumpulan data.
10. Bapak H. Mursidih dan Ibuku Muliyah tersayang, tercinta, dan terbaik yang telah memberikan doa, perhatian, dorongan, semangat, dan dukungan baik itu moril maupun materil kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

11. Untuk Kakak-kakakku Hadi Wahyudi dan Mursinah, dan Keponakan-keponakanku Muhammad Rohim Azizy, Nurul Azizah, serta Adik-adiku Mahdi Arizal (Yang sekarang sedang pendidikan di Lido-Sukabumi), Muhammad Ridwan terima kasih atas bantuan dan dukungannya.
12. Saudari Watie (cute),Dewi Damayanti, Desi Natalia, Yulfina (Azna), Wiji, Dina, Endah, Ika Lesmana, Intan, Fitri Rosmalia tercinta dan tersayang yang telah mendoakan dan selalu mendukung penulis dalam penyusunan skripsi ini. Thanx banget, atas Motivasinya!
13. Sahabat-sahabatku yang baik: Jefri Pranata (Best friend sependeritaan dan sepenanggungan). Dedi Irawan (Juragan), Mahpud (Si Selond), Syahrul Hidayat/ Aung (Yang punya Rental Komputer), Abdul Gafur / Opung (Bos tempe), Mursan (Nasril),Zilkarnain (Izul), Rahmat (amax), Edi (joy),Endi (Si pemain orkes), Romlih, Nawawie, Maryanie, Arief (Item), Rudy satpam, Bakhrudin (Udin), Supariyanto (Djawa), Irvan Satria (B-jah), Andre (Mamo), Temi Aria. Semua anak-anak KOMEN yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas dukungan dan bantuannya selama ini.
14. Untuk anak Larangan Inpres : H. Bambang Sakti, Guntur, Mursalih, Menyenk, Agus (Bote), Yudha (Q-cung), Engkost (Tumin),Akul, Bang Peter, Bang Nano kumis, Jhon Popon, Maulana (Boy), Bang Muji, Anas, Barox, Riswan, Jockey, dll terima kasih atas dukungannya.
15. Untuk anak bengkel Awenk Motor Junior (AMJ) : Awenk (montir 1), Kohet (Montir 2), Endang (Thile), Nati (Upay), Devit (Tukang obyek

motor), Uwung (Arya), Iwan (Bolot), Ari, Dede, Om Cia (Ncex), Ibho.Dan wilayah sekitarnya terima kasih atas dukungannya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir.

16. Semua Saudara-saudaraku : Cing Mualih, Cing Adis, Mba Ati, Cing Lim, Cing Mul, Cing Bad, Cing Aan, Cing Arih, Cing Alih serta Kakek dan Nenekku H. Musa dan Haji Apsah, H. Caplin dan Alm H. Semu serta semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang secara langsung dan tidak langsung ikut membantu penulis menyusun tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran agar tercapainya pola pemikiran dan penyusunan yang lebih baik lagi.

Akhir kata, semoga Allah SWT memberikan Hidayah-Nya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini. Penulis juga mengharapkan semoga skripsi ini berguna bagi penulis khususnya dan juga bagi pembaca pada umumnya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Jakarta, Agustus 2005

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR JUDUL i

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI ii

KATA PENGANTAR iii

DAFTAR ISI vii

DAFTAR TABEL xi

DAFTAR GAMBAR xii

DAFTAR LAMPIRAN xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Perumusan Masalah 3

C. Pembatasan Masalah 4

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian 4

BAB II LANDASAN TEORI

A. Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran 6

B. Konsep Pemasaran 7

C. Bauran Pemasaran 8

D. Pengertian Produk 8

E. Konsep Dasar Produk 9

F. Siklus Hidup Produk 11

G. Pengertian Promosi 13

H. Tujuan Promosi 13

I. Target Promosi 14

J. Bauran Promosi 14

K. PengertianSaluran Distribusi 18

L. Pengertian Personal Selling 20

M. Pengertian Penjualan 24

N. Hubungan antara promosi, jumlah dealer, jumlah sales person terhadap penjualan 25

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Sejarah Perusahaan 28

1. Riwayat Singkat Perusahaan 28

2. Perkembangan Bisnis 29

3. P.T.Astra International Tbk 30

4. Visi Al-Daihatsu 32

5. Jaringan Cabang dan Dealer 32

B. Struktur Organisasi 33

A. Metode Penelitian 36

B. Hipotesis 36

C. Variabel dan Pengukurannya 38

D. Definisi Operasi Variabel 38

E. Metode Pengumpulan Data 39

F. Metode Analisa Data 40

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pola Kebijakan Promosi P.T.Astra International 43

1. Mengidentifikasi Sasaran Konsumen 43

2. Menentukan Tujuan Komunikasi 44

3. Merancang Pesan 45

4. Memilih Saluran Distribusi dan Bauran Promosi 46

a. Periklanan 46

b. Penjualan Perseorangan 48

c. Promosi Penjualan 49

d. Hubungan Masyarakat 50

5 Menentukan Total Anggaran Promosi 51

6 Memutuskan Bauran Promosi. 51

1. Mengukur Hasil Kegiatan Promosi 53

2. Pengaturan Komunikasi Pemasaran Yang Terintegrasi..... 54

B. Pengaruh Kebijakan Promosi, Jumlah Dealer, Jumlah Sales Person Terhadap Penjualan 58

C. Perhitungan Regresi 63

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan 75

B. Saran-saran 77

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

SURAT KETERANGAN RISET

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 4.1 Penetapan biaya promosi pemasaran Daihatsu Xenia pada P.T. Astra International dari tahun 2004 sampai dengan 2005.....59

Tabel 4.2 Hasil penjualan Daihatsu Xenia P.T. Astra International.....61

Tabel 4.3 Input Data SPSS.....63

Tabel 4.4 Tabel Statistik.....63

Tabel 4.5 Tabel ANOVA.....64

Tabel 4.6 Coefisien.....65

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1. Siklus Hidup Produk.....12

Gambar 2. Uji (t).....68