

**PERANAN PROMOSI DALAM RANGKA MENINGKATKAN
PENJUALAN PRODUK PADA PT. BUDI MUARATEX**

SKRIPSI

Program Studi Manajemen

Nama : DEWI DAMAYANTI

NIM : 03101 – 048



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2005

**PERANAN PROMOSI DALAM RANGKAN MENINGKATKAN
PENJUALAN PRODUK PADA PT. BUDI MUARATEX**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh

Gelar SARJANA EKONOMI

Program Studi Manajemen

NAMA : DEWI DAMAYANTI

NIM : 03101-048



MERCU BUANA

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2005

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Dewi Damayanti
NIM : 03101 – 048
Program Studi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Peranan Promosi Dalam Rangka Meningkatkan
Penjualan Produk Pada PT. BUDI MUARATEX

Tanggal Ujian Skripsi :

Disahkan Oleh :

Dosen Pembimbing,

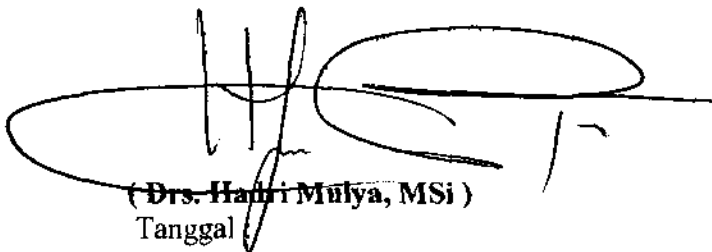


(Priyono, SE, ME)

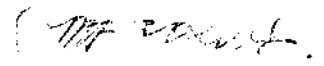
Tanggal :

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Jurusan Manajemen



(Drs. Hadri Mulya, MSi)
Tanggal :



(Tafiprios, SE, MM)
Tanggal : 23/10/20

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas semua Rahmat dan Hidayah-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang diwajibkan sebagai tugas akhir bagi setiap mahasiswa program sarjana (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana.

Skripsi ini membahas mengenai PERANAN PROMOSI DALAM RANGKA MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK. Analisa ini sangat berguna sekali untuk mengetahui sejauh mana kegiatan promosi akan memberikan kontribusi terhadap pendapatan perusahaan.

Banyak sekali pihak-pihak yang telah memberikan bantuan baik moril maupun materil kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini hingga selesai. Untuk itu penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak dan Ibu tercinta yang telah memberikan kasih sayang tanpa ada batasnya baik berupa moril maupun materil.
2. Bapak H. Probosutejo, selaku Ketua Yayasan Menara Bhakti Jakarta.
3. Bapak Dr. Ir. Suharyadi, Msi, selaku Rektor Universitas mercu Buana Jakarta.
4. Bapak Drs. Hadri Mulya, Msi, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana Jakarta.
5. Bapak Tafiprios, SE, MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen SI Universitas Mercu Buana Jakarta.

6. Bapak Priyono, SE, ME, selaku Pembimbing skripsi yang selalu meluangkan waktunya untuk membimbing penulis.
7. Bapak Julkifli Togatorop, SH, selaku Manager Personalia PT. Budi Muarutex.
8. Seluruh Pimpinan dan Staff PT. Budi Muarutex.
9. Kakak dan adik-adikku tercinta skripsi ini penulis tujukan khusus untuk kalian: Endin, Mohan, Iina, Sandi, Novi (bontol).
10. Roby Jamal yang selalu setia menemani, membantu dan memotivasi penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini. terima kasih atas perhatian dan kasih sayangnya.
11. Desi Natalia sahabat terbaikku yang selalu bersama-sama penulis menyelesaikan skripsi di ruang referensi. Terimakasih atas cur-hatnya.
12. Rekan-rekan manajemen angkatan 2001 terutama buat Vivi, Fani, Linda, dan Yana, serta semua pihak yang telah banyak membantu selama ini penulis mengucapkan terima kasih.

Penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna hal ini dikarenakan keterbatasan yang dimiliki oleh penulis, sehingga kritik dan saran sangat penulis harapkan untuk kesempurnaan skripsi ini. Demikianlah pengantar yang penulis sampaikan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak. **Aminn...**

Jakarta, Juni 2005

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR LAMPIRAN.....	vii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Perumusan Masalah.....	3
C. Pembatasan Masalah.....	4
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	4
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pemasaran.....	6
A.1. Pengertian Pemasaran.....	6
A.2. Fungsi Pemasaran.....	8
A.3. Pengertian Bauran Pemasaran.....	11
A.4. Promosi Merupakan Salah Satu Dalam Bauran Pemasaran...	15
B. Promosi.....	15
B.1. Pengertian Promosi.....	15
B.2. Pengertian Bauran Promosi.....	17
B.3. Alat-Alat Promosi.....	18
C. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Bauran Promosi...	27

D. Mengembangkan Promosi Yang Efektif.....	29
E. Penjualan.....	33
E.1. Pengertian Penjualan.....	33
E.2. Strategi Dan Tujuan Penjualan.....	34
F. Landasan Pemikiran	35
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Gambaran Umum.....	37
A.1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	37
A.2. Struktur Organisasi.....	38
B. Metodologi Penelitian.....	42
C. Hipotesis.....	43
D. Definisi Oprasional Variabel.....	43
E. Metode Pengumpulan Data.....	44
F. Metode Analisis Data.....	45
BAB IV ANALISIS HASIL PEMBAHASAN	
A. Analisis Pelaksanaan Promosi PT. Budi Muaratex.....	48
A.1. Perencanaan Promosi.....	50
A.2. Analisis Pelaksanaan Biaya Promosi PT.Budi Muaratex..	50
B. Analisis Penjualan PT. Budi Muaratex.....	52
C. Analisis Peranan Promosi PT. Budi Muaratex Terhadap Penjualan	53
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	58
B. Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA.....	60

DAFTAR LAMPIRAN

1. Regresi Lampiran 1
2. Struktur Organisasi Lampiran 2