

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Tujuan penulisan Tugas Akhir ini adalah sebagai Salah Satu Syarat untuk memperoleh Gelar Ahli Madya Program D3 Manajemen Pemasaran dan mengamati perubahan terkait dibidang manajemen pemasaran.

Laporan Tugas Akhir ini, berisi tentang ANALISIS BAURAN PEMASARAN JASA DI PT. PRIMAJASA PERDANAUTAMA TAHUN 2014.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih sedalam-dalamnya kepada semua pihak yang telah membantu penulis, yaitu :

1. Bapak Rahmat Hidayat SE., MM selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan, saran serta semangat yang sangat bermanfaat bagi penulis selama penyusunan Laporan Tugas Akhir hingga selesainya laporan ini dengan penuh kesabaran dan keikhlasan.
2. Kedua orang tua penulis Ayahanda Ramses Hasurungan Sinaga, SE., MM dan Ibunda Desmiwati Sihombing, SE yang selalu memberikan kasih sayang, nasehat, motivasi, semangat kepada penulis serta tidak henti-hentinya berdoa bagi penulis.
3. Bapak Ganjar M. Disastra SH., MM selaku Ka Prodi D3 Manajemen Pemasaran Fakultas Ilmu Terapan.
4. Seluruh dosen dan staf D3 Manajemen Pemasaran yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan selama 3 tahun kepada penulis di Universitas Telkom.
5. Kakak penulis Thanty Anastasya Sinaga serta adik penulis Triana Margareta Sinaga, Bintang Valdorahma Sinaga dan Agnesia Sinaga yang selalu berdoa dan memberikan semangat serta keceriaan kepada penulis.
6. Keluarga Mahasiswa Katolik (KMK) yang telah menjadi keluarga yang luar biasa dan memberikan banyak pengalaman kepada penulis.

7. Sahabat seperjuangan penulis Valentina, Icha, Chyntia, Maretisa, Ivan, Ari, Bobi dan Indra yang telah memberikan motivasi, dukungan dan semangat dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
8. Sahabat penulis Dwi, Rahotman dan Trisna yang selalu memberikan semangat dan keceriaan kepada penulis dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
9. Teman penulis Fransiscus yang telah meluangkan waktu untuk membantu penulis dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
10. PT. PRIMAJASA PERDANA UTAMA yang telah membantu dan memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian.
11. Dan terakhir penulis ucapkan terimakasih kepada semua Pemasaran A 2011 atas kebersamaannya selama tiga tahun dan semua pihak yang turut mendukung serta berpartisipasi yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis berharap semoga penyusunan laporan ini dapat menjadi bahan pembelajaran bagi seluruh pembaca. Demikian Laporan Tugas Akhir ini penulis buat atas perhatiannya penulis ucapkan terimakasih.

Bandung, Agustus 2014

Penulis

Juli Celestina Sinaga

6304110012

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 GAMBARAN UMUM OBJEK OBSERVASI	1
1.1.1 Sejarah Perusahaan.....	1
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	2
1.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan	2
1.2 LATAR BELAKANG OBJEK OBSERVASI.....	2
1.3 PERUMUSAN MASALAH	6
1.4 TUJUAN OBSERVASI.....	6
1.5 KEGUNAAN OBSERVASI.....	6
1.6 SISTEMATIKA PENULISAN.....	7
BAB II RELEVANSI TEORI DAN PEMBAHASAN.....	8
2.1 TINJAUAN TEORI	8
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	8
2.1.2 Bauran Pemasaran	8
A. Produk (<i>Product</i>).....	9
B. Harga (<i>Price</i>).....	11
C. Penetapan Harga.....	12
D. Tempat (<i>Place</i>).....	13
E. Promosi (<i>Promotion</i>)	14
F. Orang (<i>People</i>).....	16
G. Proses (<i>Process</i>).....	16
H. Bukti Fisik (<i>Physical Evidence</i>).....	16

2.1.3	Perilaku Konsumen	17
2.1.4	Proses Keputusan Pembelian	18
2.1.5	Hubungan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian	19
2.1.6	Hubungan Harga Terhadap Keputusan Pembelian	20
2.2	PENELITIAN TERDAHULU	20
2.3	METODE PENELITIAN.....	23
2.3.1	Tempat dan Waktu Penelitian	23
2.3.2	Jenis Penelitian.....	23
2.3.3	Jenis Data	24
2.3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	25
2.3.5	Teknik Analisis Data.....	26
2.4	PEMBAHASAN	28
2.4.1	Implementasi Strategi Bauran Pemasaran di PT. PRIMAJASA PERDANAUTAMA	28
2.4.2	Tingkat Perbedaan Sebelum dan Sesudah Penetapan Harga Tiket di PT. PRIMAJASA PERDANAUTAMA	31
BAB III KESIMPULAN DAN SARAN		34
3.1	KESIMPULAN	34
3.2	SARAN	34
DAFTAR PUSTAKA		36
LAMPIRAN		