

KATA PENGANTAR

Dengan mengucap puji syukur kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini dengan baik. Penyusunan laporan tugas akhir ini memperoleh gelar Ahli Madya program Studi D3Manajemen Pemasaran Institut Manajemen Telkom. Dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- 1) Keluarga tercinta, ayah, ibu, kakak dan adik yang selalu memberikan motivasi, dukungan serta semangat selama penulis melakukan penyusunan laporan ini.
- 2) Bapak Dadang Iskandar yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan saran kepada penulis.
- 3) Bapak Sampurno Wibowo yang selalu memotivasi anak didiknya agar menjadi orang yang sukses dan mampu bersaing di dunia kerja.
- 4) Bapak M.A Yusud Latif selaku Asisten manajer *Direct Channel* yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan laporan tugas akhir ini.
- 5) Seluruh anggota tim *sales force* Gladak dan Solobaru, mbak Andri, mas Adit, mas Cahyo, mas Fandi, mas fredy, mbak tya, mbak dian, mas hari, mas ari, terimakasih telah memberikan motivasi bagi penulis untuk terus berjuang dalam menyelesaikan perkuliahan.
- 6) Mbak Hana , Mas agra, dan pak Yudho yang telah membantu penulis dalam melakukan kegiatan pengamatan selama 30 hari di Perusahaan.
- 7) Mbak diah sari terimakasih banyak telah memberikan motivasi serta *sharing* ilmu kepada penulis.
- 8) Teman-teman D3 Manajemen Pemasaran angkatan 2010 kelas A maupun B yang selalu memberikan motivasi dan berbagi keceriaan selama enam semester.
- 9) Seluruh staff sekretariat D3 Manejemen Pemasaran yang membantu penulis dalam menyelesaikan segala hal yang berkaitan dengan akademis.

Semoga segala kebaikan semua pihak mendapatkan berkah dari Allah SWT. Akhir kata penulis berharap semoga laporan Tugas Akhir ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan. Amin.

Bandung, April 2013

Dedi Ardila

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
BAB I PENDAHULUAN	7
1.1. Gambaran Umum Objek Observasi.....	7
1.2. Latar Belakang Objek Observasi	10
1.3. Perumusan Masalah	13
1.4. Tujuan Observasi	13
1.5. Kegunaan Observasi	13
1.6. Sistematika Penulisan	14
BAB II RELEVANSI TEORI DAN PEMBAHASAN	15
2.1. Tinjauan teori.....	15
2.1.1. Pengertian Pemasaran.....	15
2.1.2. Bauran Pemasaran	17
2.1.3. Pengertian Promosi.....	18
2.1.4. Pengertian Bauran Promosi	19
2.1.5. Jenis-Jenis Bauran Promosi	20
2.1.6. Penjualan.....	25
2.1.7. Hubungan Promosi Dengan Penjualan.....	26
2.2. Metode Penelitian	27
2.3. Pembahasan	28
2.3.1. Implementasi bauran promosi untuk produk speedy di PT Telkom Solo	28
2.3.2. Faktor-faktor yang mempengaruhi implementasi bauran promosi untuk produk speedy di PT Telkom Solo	34

BAB III KESIMPULAN DAN SARAN	38
3.1. Kesimpulan.....	38
3.2. Saran.....	38
DAFTAR PUSTAKA	39
LAMPIRAN	