

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas segala berkat-Nya yang dilimpahkan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang berjudul **Analisis Perbedaan Penjualan Produk Speedy Sebelum dan Sesudah Promosi Penjualan “Modem Wifi Gratis” Pada Setiap Channel Penjualan PT. Telkom Indonesia Regional III Jawa Barat Tengah Tahun 2011-2012** dengan baik. Adapun tujuan dari pembuatan laporan tugas akhir ini adalah dalam memenuhi syarat dari Institut Manajemen Telkom untuk memperoleh gelar Ahli Mahdya Program Studi D3 Manajemen Pemasaran Institut Manajemen Telkom.

Dalam menyelesaikan laporan tugas akhir ini, penulis tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang telah memberikan dukungan materi maupun moril. Maka dari itu penulis menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Lumumba Simanjuntak selaku Papa, Dumaria Batubara selaku Mama, dan Jessica Simanjuntak selaku Adik penulis yang selalu memberikan dukungan materil dan moril sampai penulis dapat menyelesaikan kewajibannya di perkuliahan.
2. Bapak Dadang Iskandar, MM., selaku Ketua Program Studi D3 Manajemen Pemasaran Institut Manajemen Telkom yang telah memberikan motivasi.
3. Ibu Heppy Millanyani, S.Sos., M.M selaku dosen pembimbing akademik penulis yang telah banyak meluangkan waktu dan dengan sabar mengarahkan penulis dalam menyelesaikan laporan tugas akhir ini.
4. Bapak Mamay M. Jumardi selaku *Officer 1 Direct Sales*, Ibu Ima selaku *officer Marketing Intelligence*, dan semua karyawan PT. Telkom yang telah banyak membantu penulis, memberikan data-data yang diperlukan dan meluangkan waktu untuk memberikan pengajaran mengenai lingkup promosi PT Telkom.
5. Seluruh dosen D3 Manajemen Pemasaran terutama Bapak Agus Maolana, S.E., M.Si dan Bapak Sampurno Wibowo yang sudah memberikan ilmu dan membantu penulis dalam menyelesaikan laporan tugas akhir ini.
6. Sahabat terdekat penulis yaitu Theresia Elizabeth Hutauruk yang selalu menjadi tempat berkeluh kesah, selalu menemani, memberikan motivasi, dan membantu penulis disetiap penulis butuhkan.

7. Belahan jiwa penulis yaitu Alexander Eduar Panondang Bakara yang selalu menjadi motivasi dan semangat penulis, serta selalu setia menemani dan menjadi pendengar yang baik untuk penulis dalam segala hal terlebih dalam menyelesaikan laporan tugas akhir ini.
8. Vivi Kj, Rissa Imansari, Lupi Yuliantari, Lisa Handini, Rachmadani Putri, Siti Zahra, Bonita Erlia, dan seluruh teman-teman Pemasaran B 2010 yang telah menjadi teman seperjuangan dari awal sampai akhir.
9. Kelompok kecil penulis yaitu Ka Ester, Nelva, Octha, dan Reymond yang selalu menjadi tempat berkeluh kesah, selalu memberikan doa dan semangat kepada penulis.
10. Jeanet, Ynry, Djody, Marta dan seluruh saudara seiman penulis di PMK yang selalu memberikan doa dan canda tawa kepada penulis.
11. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam penyusunan laporan tugas akhir ini.

Semoga laporan tugas akhir ini bisa bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya walaupun dengan segala kekurangan yang ada.

Bandung, Juli 2013

Penulis

Lia Marda

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 GAMBARAN UMUM OBJEK OBSERVASI .....	1
1.1.1 Profil Perusahaan .....	1
1.1.2 Gambaran Produk Telkom .....	2
1.1.3 Kegiatan <i>Sales Promotion</i> Speedy .....	3
1.2 LATAR BELAKANG OBJEK OBSERVASI .....	5
1.3 PERUMUSAN MASALAH.....	6
1.4 TUJUAN OBSERVASI.....	6
1.5 KEGUNAAN OBSERVASI.....	7
1.6 SISTIMATIKA PENULISAN LAPORAN TUGAS AKHIR.....	7

<b>BAB II RELEVANSI TEORI DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>9</b>
2.1 TINJAUAN TEORI.....	9
2.1.1 Konsep Pemasaran .....	9
2.1.2 Konsep Promosi .....	11
2.1.3 Promosi Penjualan.....	13
2.1.4 Konsep Penjualan.....	18
2.1.5 Hubungan Promosi Dengan Penjualan.....	19
2.2 METODE PENELITIAN .....	20
2.2.1 Jenis Penelitian.....	20
2.2.2 Sumber Data.....	20
2.2.3 Sampel.....	21
2.2.4 Pengolahan Data.....	21
2.3 PEMBAHASAN .....	22
2.3.1 Channel Penjualan Speedy.....	22
2.3.2 Data Penjualan Sebelum Promosi Modem <i>Wifi</i> Gratis .....	24
2.3.3 Data Penjualan Setelah Promosi Modem <i>Wifi</i> Gratis .....	25
2.3.4 Perbedaan Sebelum dan Sesudah Promosi Pada Setiap <i>Channel</i> Penjualan.....	23
<b>BAB III KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>28</b>
3.1 KESIMPULAN.....	30
3.2 SARAN.....	32
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>33</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>35</b>