KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang atas dengan segala rahmat dan karunia – Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini yang berjudul ” ANALISIS PROMOSI PENJUALAN PADA CLOTHING ARENA EXPERIENCE BANDUNG ”.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan dan penyusunan Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan, karenanya segala saran dan kritik yang membangun dan bertujuan untuk memperbaiki mutu penulisan ini sangat penulis hargai dan terima dengan senang hati.

Dalam penulisan dan penyusunan Tugas Akhir ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan, bantuan serta motivasi dari berbagai pihak. Untuk itu dengan segala hormat dan kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Eddy Soeryanto Soegoto, selaku Rektor Universitas Komputer Indonesia.
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Umi Narimawati, Dra.,SE.,M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Komputer Indonesia.
3. Ibu Linna Ismawati, SE., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Komputer Indonesia.

4. Bapak Darmazakti Natajaya Tirtamahya, SE.,MT., selaku Dosen Pembimbing yang selalu bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan dan penyusunan Tugas Akhir ini.
5. Bapak Rizki Zulfikar, SE.,M.Si. dan ibu Dra. Rahma Wahdiniwaty, M.Si. selaku dosen manajemen pemasaran yang selalu bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan dan penyusunan Tugas Akhir ini.
6. Ibu Trustorini Handayani, SE.,M.Si. selaku Dosen Wali kelas MP1 2007
7. Ibu Windi Novianti, SE. selaku Koordinator Sidang 2010.
8. Seluruh Dosen Universitas Komputer Indonesia khususnya fakultas ekonomi yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat selama ini, serta seluruh Karyawan dan Staf Universitas Komputer Indonesia
9. Ibu Nopiani Rahman, SE. dan Desy Indrasari selaku pembimbing di Clothing Arena Experience Bandung yang telah banyak memberikan bantuan yang sangat berarti bagi penulis.
10. Yang tersayang kedua orang tuaku atas doa dan kasih sayangnya yang tiada henti.
11. Kakak-kakakku yang selalu memberikan dukungannya selama ini.
12. Seluruh teman-teman D3 Manajemen Pemasaran angkatan 2007 Universitas Komputer Indonesia yang tak henti memberikan semangat bagi penulis.
13. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang secara langsung ataupun tidak langsung turut membantu dalam penyusunan Tugas Akhir ini.

Semoga Allah melimpahkan rahmatnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penulisan Tugas Akhir ini.

Akhir kata, penulis berharap agar Tugas Akhir ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan umumnya bagi pembaca. Terimakasih.

Bandung, Agustus 2010

Penulis

Via Oktaviani

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

PERNYATAAN KEASLIAN

MOTTO

ABSTRAK i

KATA PENGANTAR ii

DAFTAR ISI ..... ….v

DAFTAR TABEL ix

DAFTAR GAMBAR xii

DAFTAR LAMPIRAN xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian 1

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah 5

1.2.1 Identifikasi Masalah 5

1.2.2 Rumusan Masalah 5

1.3 Maksud dan Tujuan 5

1.3.1 Maksud Penelitian 5

1.3.2 Tujuan Penelitian 6

1.4 Kegunaan Penelitian 6

1.4.1 Kegunaan Praktis 6

1.4.2 Kegunaan Akademis 7

1.5 Lokasi dan Waktu 8

BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Pustaka 9

2.1.1 Manajemen Pemasaran 9

2.1.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran 9

2.1.1.2 Pengertian Bauran Pemasaran 10

2.1.2 Promosi 11

2.1.2.1 Pengertian Promosi 11

2.1.2.2 Bauran Promosi 12

2.1.3 Promosi Penjualan 13

2.1.3.1 Pengertian Promosi Penjualan 13

2.1.3.2 Tujuan Promosi Penjulan 15

2.1.3.3 Karakteristik Promosi Penjualan 16

2.1.3.4 Alat-alat Promosi Penjualan 16

2.2 Kerangka Pemikiran 18

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian 22

3.2 Metode Penelitian 22

3.2.1 Desain Penelitian 22

3.2.2 Operasionalisasi Variabel 22

3.2.3 Metode Penarikan Sampel 24

3.2.3.1 Populasi 24

3.2.3.2 Sampel 24
3.2.4 Jenis dan Metode Pengumpulan Data 25
3.2.4.1 Jenis Data…. 25
3.2.4.2 Metode Pengumpulan Data 26
3.2.5 Metode Analisis 29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
4.1 Hasil Penelitian 31
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan 31
4.1.1.1 Sejarah Perusahaan…. 31
4.1.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan…. 33
4.1.1.3 Job Description…. 34
4.1.1.4 Aspek Kegiatan Perusahaan…. 38
4.2 Pemahasan 39
4.2.1 Pelaksanaan Promosi Penjualan yang dilakukan Clothing Arena Experience 39
4.2.2 Tujuan Pelaksanaan Promosi Penjualan yang dilakukan Clothing Arena Experience 39
4.2.3 Alat-alat Promosi Penjualan yang digunakan Clothing Arena Experience 40
4.2.4 Karakteristik Responden 41
4.2.5 Tanggapan Responden 44

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 58

5.2 Saran..... 60

DAFTAR PUSTAKA 62

DAFTAR TABEL

No.	Judul Tabel	Halaman
1.1	Jadwal Kegiatan Penelitian	8
3.1	Oversainalisasi Variabel	23
3.2	Skala Likert	27
3.3	Pengkategorian Skor Jawaban	30
3.3	Pengkategorian Skor	30
4.1	Jenis Kelamin Responden	41
4.2	Usia Responden	42
4.3	Pekerjaan Responden	42
4.4	Pengeluaran perbulan Responden	43
4.5	Frekuensi Mengunjungi Clothing Arena Experience dalam satu bulan	44
4.6	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Variasi Diskon yang Ditawarkan Clothing Arena Experience dapat menjadi Daya Tarik Komnsumen Untuk Memnbeli Suatu Produk	45
4.7	Tanggapan Responden Terhadap Diskon Yang Diberikan Clothing Arena	46

	Experience Sudah Sesuai Dengan Barang Yang Diinginkan Oleh Konsumen	
4.8	Skor Total Tanggapan Responden Mengenai Diskon	47
4.9	Pengkategorian Skor Jawaban	48
4.10	Tanggapan Responden Terhadap Undian Yang Diadakan Clothing Arena Experience Dapat Menarik Perhatian Konsumen	48
4.11	Tanggapan Responden Terhadap Undian Yang Diberikan Clothing Arena Experience Dapat Memberikan Ikatan Yang Lebih Dekat Dengan Konsumen	49
4.12	Skor Total Tanggapan Responden Mengenai Undian	50
4.13	Pengkategorian Skor Jawaban	51
4.14	Tanggapan Responden Terhadap	52

	Kemasan Harga Khusus Yang Diberikan Clothing Arena Experience Membuat Konsumen Membeli Dalam Jangka Waktu Yang Panjang	
4.15	Tanggapan Responden Terhadap kelayakan Produk Yang Ditawarkan Clothing Arena Experience Telah Sesuai Dengan Harga Khusus Yang Diberikan	53
4.16	Skor Total Tanggapan Responden Mengenai Kemasan Harga Khusus atau Paket Harga	54
4.17	Pengkategorian Skor Jawaban	55
4.18	Analisis Promosi Penjualan pada Arena Experience Bandung	55
4.19	Skor Tanggapan Responden Terhadap Promosi Penjualan	56
4.20	Pengkategorian Skor	56

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul Gambar	Halaman
Gambar 2.1	Paradigma Penelitian Promosi Penjualan	21
Gambar 4.1	Struktur Organisasi arena Experience Bandung	33

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul Lampiran
Lampiran 1	Surat Pengajuan Penelitian
Lampiran 2	Surat Penerimaan Dari Perusahaan
Lampiran 3	Berita Acara Bimbingan Tugas Akhir
Lampiran 4	Lembar Kuesioner
Lampiran 5	Tabulasi Hasil Pembahasan Penelitian Tanggapan Responden Mengenai Promosi Penjualan
Lampiran 6	Data Pengunjung Clothing Arena Experience Bandung Bulan Juni 2010
Lampiran 7	Artikel Tentang Clothing Arena Experience Bandung
Lampiran 8	Gambar Logo Clothing Arena Experience Bandung
Lampiran 9	Contoh Pamplet Diskon
Lampiran 10	Gambar Produk Arena Experience Bandung
Lampiran 11	Lembar Revisi Sidang