

**STRATEGI BAURAN PROMOSI
PADA TOKO BUKU GRAMEDIA ASRI MEDIA YOGYAKARTA**

TUGAS AKHIR

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan guna Memperoleh
gelar profesi ahli madya pemasaran



Oleh :
Prakoso Adi Widiyanto
07410134019

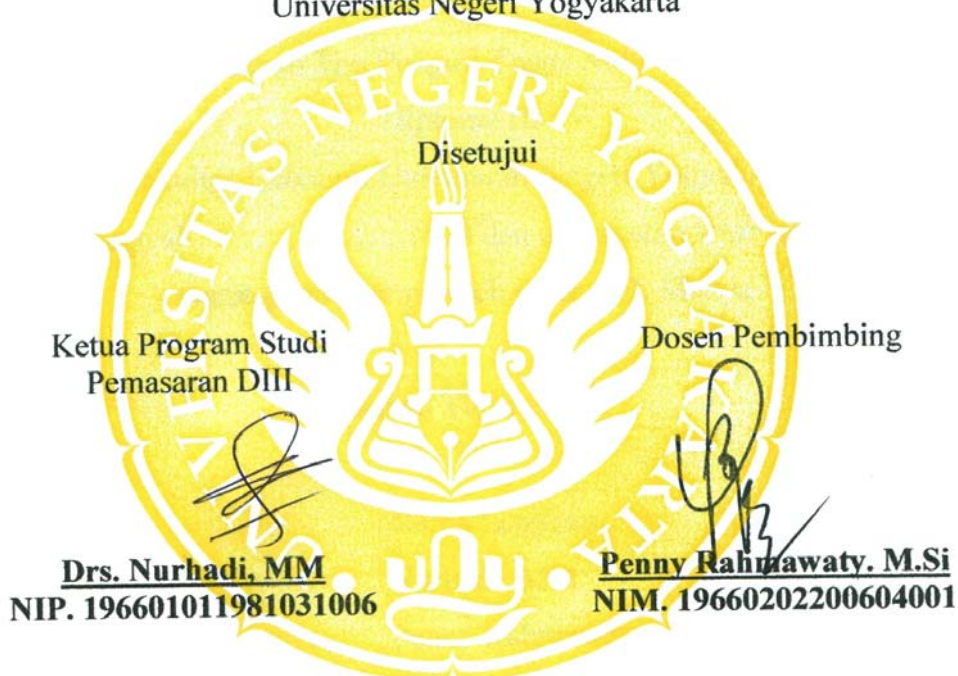
**PROGRAM STUDI PEMASARAN DIPLOMA III
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2012**

**STRATEGI BAURAN PROMOSI
PADA TOKO BUKU GRAMEDIA ASRI MEDIA YOGYAKARTA**

TUGAS AKHIR

Telah disetujui dan disahkan
Pada Tanggal.....

Untuk dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir
Program Studi DIII Fakultas Ilmu Sosial dan Ekonomi
Universitas Negeri Yogyakarta



Universitas Negeri Yogyakarta

Kampus Wates

Ketua Pengelola



NIP. 19571012 198502 1 001

TUGAS AKHIR

STRATEGI BAURAN PROMOSI PADA TOKO BUKU GRAMEDIA ASRI MEDIA YOGYAKARTA

Disusun oleh :

Prakoso Adi Widiyanto

07410134019

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi Pemasaran

Diploma III

Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta

Pada tanggal.....201² dan dinyatakan telah memenuhi

syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya

Susunan Tim Penguji

Nama Lengkap

Tanda tangan

Ketua merangkap anggota

Nurhadi, MM

Sekretaris merangkap anggota

Penny Rahmawaty, M.Si

Yogyakarta,.....12 Juni.....2012

Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Yogyakarta

Universitas Negeri Yogyakarta

Kampus Wates

Dekan,

Ketua Pengelola.



Dr. Sugiharsono, M.Si

NIP. 195503281983031002



Dapan, M.Kes

NIP. 195710121985021001

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Prakoso Adi Widiyanto

NIM : 07410134019

Program Studi : Manajemen Pemasaran Diploma III

Judul Tugas Akhir : Strategi Bauran Promosi Pada Toko Buku Gramedia
Sudirman Yogyakarta

Menyatakan bahwa karya ilmiah ini merupakan hasil karya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya tidak berisi materi yang dipublikasikan atau dipergunakan sebagai persyaratan penyelesaian studi di perguruan tinggi kecuali pada bagian-bagian tertentu yang saya ambil sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata cara penulisan karya ilmiah yang telah lazim. Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

12
28 Juni 2012
Yogyakarta.....2010

Yang menyatakan,



Prakoso Adi Widiyanto

Persembahan

Tugas Akhir ini dipersembahkan untuk :

*Untuk kedua orang tuaku yang telah memberikan banyak bantuan secara
moril atau materiil.*

MOTTO

- Barang siapa yang bersungguh-sungguh maka dapatlah ia.
- Barang siapa jalan untuk mencari ilmu maka Allah memudahkan jalan baginya menuju surga. (HR. Muslim)

ABSTRAK
STRATEGI BAURAN PROMOSI
PADA TOKO BUKU GRAMEDIA ASRI MEDIA YOGYAKARTA

Oleh:

Prakoso Adi Widiyanto

07410134019

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui strategi bauran promosi yang digunakan oleh Toko Buku Gramedia Asri Media Yogyakarta dan penerapannya. Mengetahui kendala-kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan promosi Toko Buku Gramedia Asri Media Yogyakarta.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Untuk menganalisis data menggunakan metode deskriptif dengan cara menguraikan, menganalisis, dengan tujuan untuk menggambarkan suatu keadaan.

Strategi bauran promosi yang diterapkan Toko Buku Gramedia dalam upaya peningkatan volume penjualan dan mengatasi pesaingnya, ada beberapa kendala yaitu kurang maksimalnya strategi bauran promosi yang digunakan, khususnya periklanan dan *personal selling*. Selain untuk meningkatkan volume penjualan, strategi ini juga digunakan untuk meningkatkan citra baik perusahaan di mata konsumennya. Toko Buku Gramedia menyadari bahwa citra mempunyai peranan penting dalam kegiatan pemasaran, selain itu bauran promosi dari mulut ke mulut juga sangat dibutuhkan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan berkah, rahmat, taufiq, hidayah serta inayah-Nya dan Shalawat dan Salam tetap tercurah kepada Nabi Muhammad SAW berserta sahabat dan keluarga. Atas Ridho Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Pada Toko Buku Gramedia Sudirman Yogyakarta”. Penulisan ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian syarat penyelesaian studi pada program Diploma III Universitas Negeri Yogyakarta, untuk memperoleh gelar Ahli Madya pemasaran(A.Md).

Terselesaikannya penyusunan Tugas Akhir ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Rochmat Wahab, M.Pd, MA. Rektor Universitas Negeri Yogyakarta.
2. Dr. Sugiharsono, M.Si. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
3. Dapan, M.Kes. Ketua Pengelola Universitas Negeri Yogyakarta Kampus Wates
4. Penny Rahmawati, M.Si. sebagai dosen pembimbing, yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan serta pengarahan selama penyusunan Tugas Akhir ini.
5. Nurhadi, MM. selaku dosen penguji.
6. F. Kristiono. Pimpinan Toko Buku Gramedia Sudirman Yogyakarta.

7. Edi, Narko, Yuli, Ratri, Melani, selaku Supervisor Toko Buku Gramedia Sudirman Yogyakarta.
8. Seluruh karyawan dan karyawan Toko Buku Gramedia Sudirman Yogyakarta.
9. Seluruh Dosen yang telah memberikan teori selama perkuliahan.
10. Kedua orang tua tercinta yang telah memberikan kasih sayang, semangat dan doa, serta bantuan baik secara moril atau materiil.
11. Teman-temanku Manajemen Pemasaran angkatan 2007 yang selalu memberikan dukungan dan motivasi untuk selalu maju.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas semua bantuannya baik moril maupun materiil.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna untuk itu saran dan kritik yang bersifat konstruktif selalu diharapkan demi perbaikan lebih lanjut. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi siapa saja yang membutuhkan.

Yogyakarta,2010

Penyusun

Prakoso Adi Widiyanto

DAFTAR ISI

ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. LatarBelakangMasalah.....	1
B. IdentifikasiMasalah.....	4
C. RumusanMasalah	4
D. TujuanPenelitian	4
E. ManfaatPenelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI	6
A. Pemasaran	6
B. KonsepPemasaran	7
C. BauranPemasaran.....	10
D. BauranPromosi	15
BAB III METODE PEMBAHASAN	26
A. JenisPenelitian.....	26
B. LokasidanWaktuPenelitian	26
C. SubjekdanObjekPenelitian	26
D. MetodePengumpulan Data	27
E. TeknikAnalisis Data	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	29
A. Deskripsi Data.....	29
B. Pembahasan.....	35
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	44
A. Kesimpulan	44
B. Saran	45
DAFTAR PUSTAKA	46
LAMPIRAN	