

**PELAKSANAAN STRATEGI BAURAN PROMOSI
PADA PT. ASTRA INTERNATIONAL TBK-HONDA
CABANG YOGYAKARTA**

TUGAS AKHIR

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan guna Memperoleh
Gelar Profesi Ahli Madya



Oleh :
Ecclisia Sulistyowati
09410131009

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

**PELAKSANAAN STRATEGI BAURAN PROMOSI
PADA PT. ASTRA INTERNATIONAL TBK-HONDA
CABANG YOGYAKARTA**

TUGAS AKHIR

Telah disetujui dan disahkan

Padatanggal.....2012

Untuk dipertahankan di depan Tim Pengudi Tugas Akhir

Program Studi Pemasaran DIII Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Yogyakarta

Disetujui

Ketua Program Studi
Pemasaran D III

Dosen Pembimbing

Farlianto, SE
NIP. 19700925 200012 1 001

Agung Utama, M.Si
NIP. 19741014 200812 1 001

Disahkan Oleh
Ketua Pengelola
Universitas Negeri Yogyakarta
Kampus Wates

Dapan, M.Kes.
NIP. 19571012 198502 1 001

TUGAS AKHIR
PELAKSANAAN STRATEGI BAURAN PROMOSI
PADA PT. ASTRA INTERNATIONAL TBK-HONDA
CABANG YOGYAKARTA

Disusunoleh :

Ecclisia Sulistyowati
09410131009

Telah dipertahankan di depan Tim Pengaji 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 Pengaji

Nama Lengkap

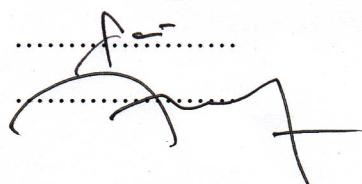
Ketua merangkap anggota

Farlianto, SE

Tanda tangan

Sekretaris merangkap anggota

Agung Utama, Msi



Yogyakarta,.....2012

Fakultas Ekonomi

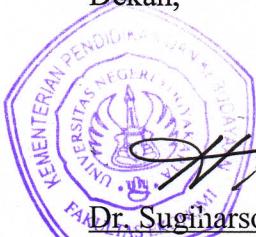
Universitas Negeri Yogyakarta

Universitas Negeri Yogyakarta

Kampus Wates

Dekan,

Ketua Pengelola.



Dr. Sugiharsono, M.Si

NIP. 19550328 198303 1 002



Dapan, M.Kes

NIP. 19571012 198502 1 001

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ecclisia Sulistyowati

NIM : 09410131009

Program Studi : Manajemen Pemasaran Diploma III

JudulTugasAkhir : Pelaksanaan Strategi Bauran Promosi

Pada PT. Astra International Tbk-Honda

Cabang Yogyakarta

Menyatakan bahwa karyailmiah 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 menjad itanggung jawab saya.

Yogyakarta, 24 September 2012

Yang menyatakan,

Ecclisia Sulistyowati

PERSEMBAHAN

Ku persembahkan karya kecil ini untuk:

- ☺ Kedua orangtuaku, Doa tulus kepada ananda seperti air dan tak pernah berhenti yang terus mengalir, pengorbanan, motivasi, kesabaran, ketabahan dan tetes air matamu yang terlalu mustahil untuk dinilai, walaupun jauh, engkaulah sebaik-baik panutan meski tidak selalu sempurna.
- ☺ Sahabat-sahabatku “Nur Halimah, Fenny Kurnia, Novan Dwi Rapita, Adit Sulis Martopo, dan sahabat-sahabatku Manajemen Pemasaran D-III angkatan 2009”, kasih sayangmu selalu ada di hatiku, kalian yang selalu memberi motivasi dan semangat untukku. Semoga Allah SWT memberikan semua yang telah kalian berikan padaku.

MOTTO

- Barang siapa yang bersungguh-sungguh maka dapatlah ia.
- Barang siapa berjalan untuk mencari ilmu maka Allah memudahkan jalan baginya menuju surga. (HR. Muslim)
- Sukses adalah keberhasilan yang anda capai di dalam menggunakan talenta-talenta yang telah Tuhan berikan kepada Anda. (Rick Devos)
- Orang yang paling sempurna bukanlah orang dengan otak yang sempurna, melainkan orang yang dapat mempergunakan sebaiknya-baiknya dari bagian otaknya yang kurang sempurna. (Aristoteles)

ABSTRAK

PELAKSANAAN STRATEGI BAURAN PROMOSI PADA PT. ASTRA INTERNATIONAL TBK-HONDA CABANG YOGYAKARTA

Oleh:

Ecclisia Sulistyowati

09410131009

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pelaksanaan Strategi Bauran Promosi PT. Astra International Tbk-Honda dalam meningkatkan Volume Penjualan : (1) Periklanan, (2) Promosi Penjualan, (3) Publisitas, (4) *Personal Selling*.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif, yaitu mendeskripsikan atau menggambarkan kondisi yang terjadi sesungguhnya, serta mengklasifikasikan data dari hasil penelitian dengan menggunakan kata-kata yang tersusun rapi dan jelas. Teknik pengumpulan data dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Dari hasil pembahasan data dijelaskan bahwa(1) PT. Astra International Tbk-Honda Cabang Yogyakarta sudah menggunakan 4 elemen bauran promos yaitu Periklanan, Promosi Penjualan, Publisitas, *Personal selling*. (2) Pelaksanaan bauran promosi PT. Astra International Tbk-Honda Cabang Yogyakarta sudah baik, hal ini dapat dilihat dari perpaduan bauran promosi terutama untuk periklanan dan promosi penjualan. Namun untuk publisitas masih kurang dalam pendukung sponsorship pada kegiatan tertentu. (3) bauaran promosi yang dilaksanakan PT. Astra International Tbk-Honda Cabang Yogyakarta bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan, selain itu untuk pengenalan produk, menarik pelanggan dan menanamkan citra nama baik perusahaan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan berkah, rahmat, taufiq, hidayah serta inayah-Nya dan Shalawat dan Salam tetap tercurah kepadaNabi Muhammad SAW berserta sahabat dan keluarga. Atas Ridho Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Pelaksanaan Strategi Bauran Promosi Pada PT. Astra International Tbk-Honda Cabang 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 terimakasih 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. Farlianto, SE. Ketua Program Manajemen Pemasaran DIII.
5. Agung Utama, Msi ,sebagai dosen pembimbing, yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan serta pengarahan selama penyusunan Tugas Akhir ini.
6. Farlianto, SE. selaku dosen penguji.

7. Regis Oktaviano, selaku Supervisor Promosi PT. Astra International Tbk-Honda Cabang yogyakarta.
8. Seluruh karyawan dan karyawati PT. Astra International Tbk-Honda Cabang 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 2009 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, 24 September 2012

Penyusun

Ecclisia Sulistyowati

DAFTAR ISI

ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Pembatasan Masalah	6
D. Rumusan Masalah	6
E. Tujuan Penelitian	7
F. Manfaat Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI	8
A. Pengertian Pemasaran	8
B. Pengertian Konsep Pemasaran	10
C. Bauran Pemasaran.....	11
D. Penelitian yang Relevan.....	42
E. Kerangka Berpikir	43
BAB III METODE PENELITIAN	45
A. Desain Penelitian.....	45
B. Tempat dan Waktu Penelitian	45

C. Narasumber Penelitian	45
D. Data Pengumpulan Data.....	46
E. Teknik Analisis Data.....	47
F. Instrumen Penelitian.....	47
BAB IV PEMBAHASAN	49
A. Sejarah Berdirinya PT. Astra International Tbk-Honda	49
B. Sistem Manajemen PT. Astra International Tbk-Honda.....	55
C. Falsafah PT. Astra International Tbk-Honda.....	56
D. Kebijakan Jangka Panjang PT. Astra International Tbk-Honda	57
E. Setruktur Organisasi PT. Astra International Tbk-Honda	58
F. Hasil Penelitian	62
G. Pembahasan Hasil Penelitian	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	76
A. Kesimpulan	76
B. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	

