

**ANALISIS STRATEGI PROMOSI TERHADAP HASIL
PENJUALAN AMARILYS GARDEN, CIBINONG, BOGOR**

**FERA APRILIANA
8223136610**



**Karya Ilmiah ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan
mendapatkan Gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Jakarta.**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2016**

**ANALYSIS OF RESULT OF SALES PROMOTION
STRATEGY AMARILYS GARDEN, CIBINONG, BOGOR**

**FERA APRILIANA
8223136610**



**This Scientific Paper Prepared To Meet One Degree Requirements Associate
Expert Getting By Faculty of Economics, State University of Jakarta.**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2016**

ABSTRAK

Fera Apriliana. 2016. 8223136610. Analisis Strategi Promosi Terhadap Hasil Penjualan Amariyls Garden, Cibinong, Bogor. Program Studi DIII Manajemen Pemasaran. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Karya Ilmiah ini bertujuan untuk mengetahui strategi promosi yang dilakukan oleh Amariyls Garden dan mengetahui strategi promosi manakah yang paling efektif dalam penjualan produk Amariyls Garden. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Dengan menggunakan pengumpulan data melalui study pustaka, observasi dan juga wawancara kepada pihak Amariyls Garden.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis dapat diketahui bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh Amariyls Garden adalah : iklan radio, personal selling, dan juga pameran. Dari ketiga strategi promosi yang dilakukan oleh Amariyls Garden pameran adalah strategi promosi yang memiliki pengaruh paling besar terhadap hasil penjualan rumah Amariyls Garden. Karena menurut hasil wawancara yang penulis lakukan terhadap pihak Amariyls Garden pengaruh pameran pada tahun 2014 adalah sebesar 71% dan pada tahun 2015 pengaruh pameran terhadap hasil penjualan sebesar 62%.

Kata kunci: Strategi Promosi, penjualan

ABSTRACT

Fera Apriliana. 8223136610. 2016. Promotion Strategy Analysis Of Sales Amarilys Garden, Cibinong, Bogor. Program Study Diploma in Marketing Management. Department of Management, Faculty of Economics, State University of Jakarta.

Scientific Paper aims to find out the promotional strategies conducted by Amarilys Garden and determine promotion strategies are most effective in selling products Amarilys Garden. The method used in this research is descriptive analysis. By using data gathered through literature study, observation and interviews to the Amarilys Garden.

Based on the results of research by the author can be seen that the promotional strategy undertaken by Amarilys Garden are: radio advertising, personal selling, as well as exhibitions. Of the three promotional strategies conducted by Amarilys Garden exhibition is a promotional strategy that has the most effect on the sale of home Amarilys Garden. Because according to the results of interviews conducted by the author against the influence Amarilys Garden exhibition in 2014 was of 71% and in 2015 the exhibition influence on sales results by 62%.

Keywords: Promotion Strategy, Sales

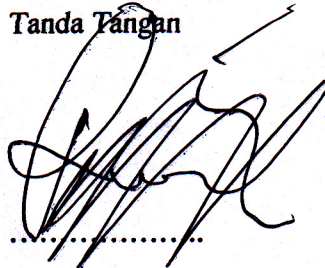
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN

Pembimbing,

Tanda Tangan

Tanggal

Dr. Mohamad Rizan, SE, MM
NIP.197206272006041001



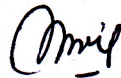
.....

8 Agustus 2016

.....

Jakarta, Juli 2016

Ketua Program Studi
D3 Manajemen Pemasaran



Dra. Umi Mardiyati, M.Si
NIP. 195702211985302002

LEMBAR PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta



Dr. Dedi Purwana E. S., M. Bus
NIP. 19671207 199203 1 001

Nama
Ketua Penguji

Tanda Tangan

Tanggal

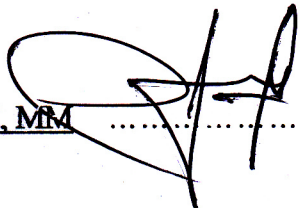
Dra. Umi Mardiyati, M. Si
NIP. 1957022111985032002



9 Agustus 2016

Penguji Ahli

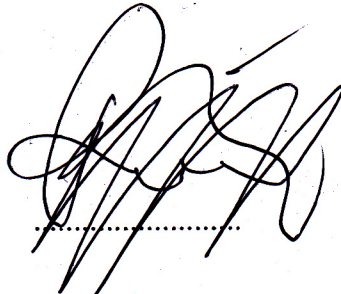
Agung Kresnamurti, R.P. ST, MM
NIP. 197404162006041001



9 Agustus 2016

Dosen Pembimbing

Dr. Mohammad Rizan, SE, MM
NIP. 19720627006041001



8 Agustus 2016

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa. Atas segala berkat dan karunia-Nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan Karya Ilmiah yang merupakan syarat kelulusan di Program Studi Diploma III, Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Penulis menyadari bahwa karya ilmiah ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis berterima kasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Dedi Purwana, M.Bus. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Umi Mardiyati, M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen dan juga Ketua Prodi DIII Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Dr. M. Rizan, SE., MM selaku Dosen Pembimbing Karya Ilmiah.
4. Ayah, ibu, adik serta keluarga besar yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan kepada penulis.
5. Seluruh karyawan Amarilys Garden Cibinong, Bogor yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu

6. Seluruh kerabat dan teman-teman Prodi Diploma DIII yang tidak disebutkan namanya satu persatu yang juga mendukung penulis dalam menyelesaikan Karya Ilmiah.

Penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan dalam penyusunan Karya Ilmiah ini, oleh karena itu penulis juga mengharapkan berbagai kritik dan saran yang membangun dari pembaca sehingga dapat menambah mutu Karya Ilmiah ini.

Jakarta, 20 Juli 2016

Penulis