

**ANALISIS PENGARUH BIAYA PROMOSI TERHADAP HASIL  
PENJUALAN PT. METROPOLITAN LAND CABANG UJUNG  
MENTENG**

**ARDIAN WIRATAMA  
8223108279**



**Karya Ilmiah ini Disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
Mendapatkan Gelar Ahli Madya  
Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN  
JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2014**

***ANALYSIS THE IMPACT OF PROMOTION COST TO  
SALES RESULT IN PT. METROPOLITAN LAND BRANCH  
UJUNG MENTENG***

**ARDIAN WIRATAMA  
8223108279**



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

***MARKETING MANAGEMENT DIII  
MANAGEMENT DEPARTMENT  
FACULTY OF ECONOMICS  
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA  
2014***

## ABSTRAK

**ARDIAN WIRATAMA. 2013. 8223108279. Analisis Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Hasil Penjualan PT.Metropolitan Land Cabang Ujung Menteng.**  
Program Studi DIII Pemasaran. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi.  
Universitas Negeri Jakarta.

Karya ilmiah ini bertujuan untuk mengetahui apakah biaya promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap hasil penjualan dan menganalisis jenis jenis promosi yang ada di PT.Metropolitan Land cabang Ujung Menteng. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Dengan menggunakan pengumpulan data melalui studi pustaka, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, data yang sudah dikumpulkan akan diolah dengan SPSS 22 dan kemudian hasil olahan tabulasi dipaparkan.

Berdasarkan hasil uji hipotesis menyatakan bahwa variabel biaya promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel hasil penjualan.

Kata Kunci: Biaya Promosi, Hasil Penjualan

## **ABSTRACT**

**ARDIAN WIRATAMA. 2013 8223108279. Analysis The Impact of Promotion Cost Sales Result in PT.Metropolitan Land Branch Ujung Menteng.** Marketing Diploma Study Program. Department of Management. Faculty of Economics. State University of Jakarta.

*This paper aims to determine whether the promotion cost has a significant effect on sales result and analyze the types of promotions that exist in Ujung Menteng PT.Metropolitan Land branch. The method used in this study is a descriptive analysis. By using data gathered through a literature review, observation and documentation. The data analysis technique used is descriptive analysis, the data that has been collected will be processed with SPSS 22 and then processed tabulation presented.*

*Based on the results of significance test states that the promotion variables positif and significantly influence sales result variable.*

*Keywords: Promotion Cost, Sales result*

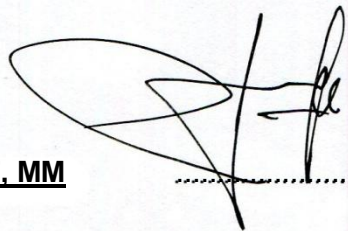
## LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR KI

Pembimbing

Tanda tangan

Tanggal

**Aqung Kresnamurti, R. P, ST, MM**




18 Juli 2014

NIP. 197404162006041001

Jakarta, 18 Juli 2014

Ketua Jurusan Manajemen

Ketua Program Studi Pemasaran



**Dr. Hamidah, SE, M.Si**

NIP. 195603211986032001



**Dra UmiMardiyati, M.Si**

NIP. 195702211985032001




## LEMBAR PENGESAHAN UJIAN

DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA



Drs. Dedi Purwana E. S., M.Bus

NIP. 19671207 199203 1 001

Nama	TandaTangan	Tanggal
KetuaPenguji		
<u>Dra.Umi Mardiyati. M.Si</u> NIP. 195702211985032001		24 Juli 2014
Penguji Ahli		
<u>Dra. Sholikkah, MM</u> NIP. 19620623 199003 2 001		20 Juli 2014
DosenPembimbing		
<u>Agung Kresnamurti, R.P. ST, MM</u> NIP. 197404162006041001		18 Juli 2014

## KATA PENGANTAR

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

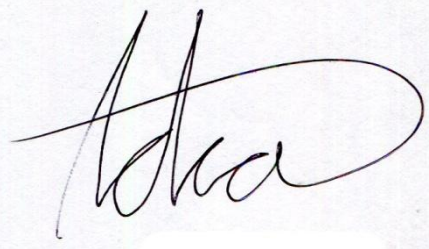
Peneliti menyadari bahwa karya ilmiah ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis berterimakasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis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

1. Agung Kresnamurti, R. P. ST, MM selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan peneliti.
2. Drs. Dedi Purwana E. S., M.Bus Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Dr. Hamidah Selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Dra. Umi Mardiyati M.Si Selaku Ketua Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

5. Pimpinan dan *Staff* Divisi *Marketing Communication* PT Metropolitan Land Tbk.
6. Ayah, Ibu, kakak-kakak saya, serta keluarga besar yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan.
7. Ubaydillah, Fadhilah Fajrin, Rizky, Ari Agassi, Binar Sudibyo, Rommy Kurniawan, Adi Kurniawan, Irdantyo Dimas, Suci Laila, Afrizal Zulmi, Arif, Heksa, Okvaly, dan Alm. Rachmat Maulana yang memberikan saya motivasi untuk menyelesaikan karya Ilmiah ini.
8. Seluruh kerabat dan teman-teman Prodi Diploma III Manajemen Pemasaran Universitas Negeri Jakarta yang ikut dalam penyusunan laporan praktik kerja lapangan ini.

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, 18 Juni 2014



Peneliti