ABSTRAK

Dalam keadaan perekonomian Indonesia yang sedang dilanda krisis ekonomi, membuat para perusahaan melakukan berbagai macam strategi untuk meningkatkan penjualannya, terutama dalam menghadapi perusahaan yang sejenis dan dalam menghadapi era globalisasi. Salah satu yang dilakukan perusahaan adalah dengan melakukan periklanan.

Iklan merupakan salah satu strategi bagi perusahaan untuk dapat bertahan. Dengan iklan, diharapkan perusahaan mampu mengatasi persaingan yang timbul dan meningkatkan volume penjualan. Scorpio Motor merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan motor dan service motor merek Honda, juga melakukan kegiatan periklanan menunjang pemasaran bagi produk.

Dari hasil pengolahan data statistic diperoleh persamaan $Y = 25.73 + 6.75X$. Hal ini berarti setiap peningkatan biaya iklan sebesar satu juta rupiah, maka korelasi didapat $r = 0.88$ yang artinya terdapat hubungan yang cukup kuat diantara kedua variable tersebut. Sedangkan analisis koefisien determinasi diketahui bahwa peranan periklanan dalam meningkatkan hasil penjualan di Scorpio Motor adalah sebesar 78% dan sisanya sebesar 22% dipengaruhi oleh factor-faktor seperti promosi, penjualan tatap muka, harga, mutu, kualitas, dan lain-lain.

Scorpio Motor akan terus melaksanakan kegiatan periklanannya, sebab periklanan bukan semata-mata untuk meningkatkan penjualan saja tetapi masih banyak yang dapat diperoleh dari iklan.

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	
KATA PENGANTAR.....	
DAFTAR ISI	
DAFTAR TABEL	
DAFTAR GAMBAR	

BAB I PENDAHULUAN

- 1.1 Latar Belakang
- 1.2 Identifikasi Masalah
- 1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian
- 1.4 Kegunaan Penelitian
- 1.5 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis
- 1.6 Metode Penelitian
- 1.7 Lokasi Penelitian

BAB II LANDASAN TEORI

- 2.1 Pengertian Pemasaran dan Bauran Pemasaran
- 2.2 Pengertian Promosi dan Bauran Promosi
- 2.3 Faktor-faktor Yang mempengaruhi Promosi
- 2.4 Periklanan
 - 2.4.1 Pengertian Periklanan
 - 2.4.2 Tujuan Periklanan
 - 2.4.3 Penentuan Segmen Pasar dan Kelompok Sasaran Berdasarkan Periklanan
 - 2.4.4 Ciri-ciri Periklanan
 - 2.4.5 Sifat Periklanan
 - 2.4.6 Jenis Periklanan
 - 2.4.7 Penetapan Anggaran Periklanan
 - 2.4.8 Macam-macam Periklanan
 - 2.4.9 Menentukan Media
- 2.5 Pengertian Produk
 - 2.5.1 Tingkatan Produk
 - 2.5.2 Klasifikasi Produk
- 2.6 Hubungan Periklanan untuk meningkatkan Penjualan pada Perusahaan

BAB III METODELOGI PENELITIAN

- 3.1 Metode Pengumpulan Data
- 3.2 Operasional Variabel Penelitian
- 3.3 Metode Analisis
- 3.4 Jenis dan Sumber Data

BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN

- 4.1 Sejarah Pendirian Perusahaan
- 4.2 Struktur Organisasi
- 4.3 Menentukan Penentuan Anggaran Periklanan
- 4.4 Analisa Media Periklanan
- 4.5 Tanggapan Konsumen Terhadap Periklanan

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

- 5.1 Kesimpulan
- 5.2 Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

- Tabel 4.1. Jumlah Jenis Kelamin yang memberi tanggapan.
Tabel 4.2. Tabel Kelompok Usia Responden.
Tabel 4.3. Tingkat Pendidikan Terakhir.
Tabel 4.4. Pekerjaan Responden.
Tabel 4.5. Mengetahui bahwa Scorpio Motor mengeluarkan iklan.
Tabel 4.6. Mengetahui bahwa Scorpio Motor mengeluarkan produk sepeda motor bebek dengan 125 cc.
Tabel 4.7. Kualitas sepeda motor merk Honda dibandingkan merk lainnya.
Tabel 4.8. Sepeda motor Honda dibanding merek sejenisnya.
Tabel 4.9. Tertarik setelah memakai produk Honda.
Tabel 4.10. Tanggapan setelah memakai produk Honda.
Tabel 4.11. Seringnya diadakan iklan, membantu mengenal produk.
Tabel 4.12. Iklan mempengaruhi hasrat untuk membeli.
Tabel 4.13. Pesan iklan yang disampaikan sudah jelas.
Tabel 4.14. Tetap setia memakai produk sepeda motor Honda.
Tabel 4.15. Data penjualan dan biaya iklan Scorpio Motor.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1. Bagan Organisasi Scorpio Motor.