

**PERANAN MEDIA PERIKLANAN DALAM PEMBELIAN MOBIL TRUK
PADA PT. ASTRA INTERNATIONAL TBK. AUTO 2000
CABANG PLAJU PALEMBANG**



LAPORAN AKHIR

**Dibuat Untuk Memenuhi Syarat Menyelesaikan Pendidikan Diploma III
Program Studi Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya**

**Disusun oleh:
Maya Astuti
0611 3060 0539**

**JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
PALEMBANG
2014**

PERANAN MEDIA PERIKLANAN DALAM PEMBELIAN MOBIL TRUK PADA
PT. ASTRA INTERNATIONAL TBK. AUTO 2000
CABANG PLAJU PALEMBANG



LAPORAN AKHIR

Dibuat Untuk Memenuhi Syarat Menyelesaikan Pendidikan Diploma III
Program Studi Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya

Oleh:

Maya Astuti

0611 3060 0539

Menyetujui,

Palembang, Juli 2013

Pembimbing I

Pembimbing II

Heri Setiawan S.E., M.A.B

197602222002121801

Afrizawati S.E., M.Si

198904112006042002

Mengetahui,

Ketua Jurusan Administrasi Bisnis



Hendra Sastrawinata S.E., M.M

NIP. 197208182003121002



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
Jalan Srijaya Negara, Palembang 30139
Telp. 0711-353414 Fax. 0711-355918
Website: www.polisriwijaya.ac.id E-mail: info@polsri.ac.id



SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Maya Astuti
NIM : 061130600539
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Peranan Media Periklanan Dalam Pembelian Mobil
Truk Pada PT Astra International Tbk. Auto 2000
Cabang Plaju Palembang

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Laporan ini yang Saya buat dengan judul sebagaimana tersebut diatas beserta isinya merupakan hasil penelitian saya sendiri.
2. Laporan akhir bukanlah plagiat/salinan Laporan Akhir milik orang lain.
3. Apabila Laporan Akhir saya plagiat/menyalin Laporan Akhir milik orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan Laporan Akhir beserta konsekuensinya.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan dengan sebenarnya untuk diketahui oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

Palembang, Juli 2014

Yang membuat pernyataan



Maya Astuti
Maya Astuti

NIM 061130600539



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
Jalan Srijaya Negara, Palembang 30139
Telp. 0711-353414 Fax. 0711-355918
Website: www.polisriwijaya.ac.id E-mail: info@polsri.ac.id



LEMBAR PENGESAHAN

Nama Mahasiswa : Maya Astuti
NIM : 0611 3060 0539
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis
Judul Laporan Akhir : Peranan Media Periklanan Dalam Pembelian Mobil
Truk Pada PT. Astra International Tbk. Auto 2000
Cabang Plaju Palembang

Telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Ujian Laporan Akhir

Jurusan Administrasi Bisnis

dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari: Selasa

Tanggal: 15 JULI 2014

TIM PENGUJI

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Pridson Mandiangan, S.E., M.M.,</u> Ketua		25 Agustus 2014
2.	<u>Hanifati Intan, S.E., M.M.,</u> Anggota		20 Agustus 2014 21 Agustus 2014
3.	<u>Hadi Jauhari, S.E., M.Si.,</u> Anggota		
4.	<u>Afrizawati, S.E., M.Si.</u> Anggota		21 Agustus 2014

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan Laporan Akhir ini dengan judul “ Peranan Media Periklanan Dalam Pembelian Mobil Truk Pada PT. Astra International Tbk. Auto 2000 Cabang Plaju Palembang”. Permasalahan dalam Laporan Akhir ini yaitu peran media periklanan dan media periklanan apa yang efektif dalam pembelian mobil truk. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif dan kualitatif deskriptif. Hasil yang telah diteliti yaitu media periklanan yang digunakan pada PT. Astra International Tbk. Auto 2000 Cabang Plaju Palembang. Berupa media brosur, surat kabar, reklame, dan *showroom event*. Peran dari media masing-masing diatas ialah untuk memberikan citra positif, menimbulkan kepercayaan bagi konsumen terhadap perusahaan. Media yang efektif yaitu media *showroom event* karena dapat memudahkan konsumen melihat dan mengetahui langsung mobil truk yang ditawarkan.

Dalam penulisan laporan ini, tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, baik dari para dosen pembimbing maupun orang-orang terdekat penulis, sehingga penulisan ini dapat berjalan dengan lancar.

Dalam penulisan Laporan Akhir ini penulis merasakan masih jauh dari kesempurnaan, hal ini dikarenakan terbatasnya kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Untuk itu segala kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan oleh penulis untuk perbaikan dimasa yang akan datang.

Akhir kata semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi penulis, pembaca, rekan-rekan mahasiswa dan pihak yang membutuhkan sebagai penambah wawasan dan ilmu pengetahuan.

Palembang,

Juli 2014

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Syukur alhamdulillah, akhirnya penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir ini. Penulis percaya bahwa Allah SWT memberikan yang terbaik untuk penulis dan keluarga.

Dalam menyelesaikan Laporan ini penulis banyak menerima dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak RD. Kusumanto, S.T., M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya
2. Bapak Hendra Sastrawinata, S.E., M.M., selaku Kepala Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya
3. Bapak Heri Setiawan, S.E., M.AB., selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya dan selaku Dosen Pembimbing I
4. Ibu Afrizawati, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing II
5. Bapak Setiawan Trijayanto, selaku Kepala Cabang AUTO 2000 Plaju Palembang
6. Bapak Mustakim, selaku PGD Auto 2000 Plaju Palembang
7. Seluruh staff pegawai PT ASTRA INTERNATIONAL Auto 2000 Cabang Plaju Palembang
8. Rekan-rekan mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan Laporan Magang ini
9. Kedua Orang Tua yang telah banyak berjasa dan memberikan dukungan baik secara moril maupun materil
10. Muhamad Firdaus A.md yang telah mendukung dan semangat yang luar biasa
11. Alm. Aldi Setiawan yang telah memberikan semangat yang amat luar biasa
12. Abang dan Mbak yang telah memberikan dukungan dan semangat yang luar biasa
13. Teman Kelas 6ND yang telah memberikan masukan serta semangat (aya, nifa, mae, uti, cece, lusi, rija, lutfi, bayu, tajri, agung, puspa, indah, windy, hayati, uci)

Akhir kata, penulis berharap semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi penulis maupun pembacanya.

Palembang, July 2014

Mengetahui,

Penulis

MOTO DAN PERSEMBAHAN

- **Perubahan adalah kata lain untuk berkembang atau mau belajar, dan kita semua mampu melakukannya jika berkehendak.**
- **Jangan jadi pohon kayu yang mudah patah, jadilah bambu yang mampu bertahan melengkung melawan terpaan angin**

Terucap syukur Ku persembahkan

Dengan segenap cinta dan kasih sayang

kepada:

☺ **Bapakku Syamsudin HB dan Ibuku Sugiyanti yang ku sayangi**

☺ **Papa Syarifudin dan Mama Nuraini yang ku sayangi**

☺ **Ambi yang kusayangi**

☺ **Alm. Aldi Setiawan, Mba Syarah, Mba Aisyah, Abang, Ka Toto yang kusayangi**

☺ **Sepupu dan Keponakan yang aku sayangi**

☺ **Sahabat-sahabat terbaikku**

☺ **Almamaterku**

ABSTRACT

This report have research about advertising media that use by PT Astra Internatioanl Tbk. Auto 2000 Branch Plaju Palembang. The purpose of this report to known, how part of advertising media within trucks buying and the effectiveies advertising media thoughtful trucks buying at PT Astra International Tbk. Auto 2000 Branch Plaju Palembang. The methods are use in this report by questioner, interview, and library research. The results showed that showroom event (87,24%), brochure (80,27%), newspaper (79,1%), and billboard (78,58%). From the results, the writen remark that advertising media of trucks buying already good, and the effectivies media is showroom event, the writen fives suggestion to PT Astra International Tbk. Auto 2000 Branch Plaju Palembang can be add others promotion media to conduct the selling.

Keywords: Advertising Media, News paper, Showroom Event, Billboard, Brochure.

ABSTRAK

Laporan penelitian ini mengenai media periklanan yang digunakan PT Astra International Tbk. Auto 2000 Cabang Plaju Palembang. Tujuan dari pembuatan laporan ini untuk mengetahui bagaimana peran media periklanan dalam pembelian mobil truck merek truk dan media periklanan yang efektif dalam pembelian mobil truck pada PT Astra Internatioanl Tbk. Auto 2000 Cabang Plaju Palembang. Metode yang digunakan dalam laporan ini yaitu kuesioner, wawancara, dan studi pustaka. Hasil dari kuesioner yang digunakan menunjukkan showroom event (87,24%), brosur (80,37%), surat kabar (79,1%), dan reklame (78,58%). Dari hasil penelitian, penulis melihat media periklanan penjualan mobil truck sudah baik dan media yang efektif yaitu showroom event. Penulis memberikan saran kepada PT Astra International Tbk. Auto 2000 Cabang Plaju Palembang agar dapat menambah media promosi lainnya dalam melakukan penjualan.

Kata kunci: Media periklanan, Surat kabar, Showroom Event, Reklame, Brosur

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Ruang Lingkup Pembahasan	6
1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1. Tujuan Penelitian.....	6
1.4.2. Manfaat Penelitian.....	7
1.5. Metodologi Penelitian	7
1.5.1. Ruang lingkup Penelitian	7
1.5.2. Populasi dan Sampel.....	7
1.5.3. Teknik Pengumpulan Data	8
1.5.4. Jenis dan Sumber Data	10
1.5.5. Analisis Data	10
1.5.6. Teknik Sampling	12
1.6. Sistematika Penulisan	12
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1. Periklanan	15
2.1.1. Tujuan Periklanan	16
2.1.2. Fungsi Periklanan.....	16
2.1.3. Jenis Media Periklanan	17
2.1.4. Kelebihan dan Kekurangan Media Periklanan	18
2.2. Faktor-faktor Pemilihan Media Periklanan	19
2.3. Macam-macam Periklanan	19
2.4. Pengertian Pemasaran.....	21

2.5.	Promosi	22
2.5.1.	Bauran Promosi.....	22
2.5.2.	Tujuan Promosi.....	23
2.6.	Penjualan	24
2.6.1.	Tujuan Penjualan	24
2.6.2.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penjualan	24
2.7.	Pengambilan Keputusan Pembelian	25
2.7.1.	Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	25
2.7.2.	Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	25

BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN

3.1.	Sejarah Singkat Perusahaan.....	28
3.1.1.	Sejarah Auto 2000	29
3.2.	Visi dan Misi Perusahaan	30
3.2.1.	Visi Perusahaan	30
3.2.2.	Misi Perusahaan.....	30
3.3.	Struktur Organisasi Perusahaan dan Uraian Tugas	31
3.3.1.	Struktur Organisasi Perusahaan.....	31
3.3.2.	Deskripsi Jabatan.....	31
3.4.	Aspek Kegiatan Perusahaan	42
3.5.1.	Produk/Barang	42
3.5.2.	Jasa.....	42
3.5.	Media Periklanan yang digunakan Perusahaan	46
3.6.	Profil Responden	48
3.6.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
3.6.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	49
3.6.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	49
3.6.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	50
3.7.	Rekapan Hasil Kuesioner	51

BAB IV PEMBAHASAN

4.1.	Peranan Media Periklanan dalam Pembelian Mobil Truk.....	58
4.2.	Media Periklanan yang Paling Efektif dalam Pembelian Mobil Truk	75

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1.	Kesimpulan.....	77
5.2.	Saran	78

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Penjualan Mobil Truk pada Tahun 2009-2013.....	3
Tabel 1.2 Biaya Promosi pada Tahun 2009-2013.....	4
Tabel 1.3 Tabel Skala Persentase Penilaian	11
Tabel 1.4 Pengukuran Skala Likert	11
Tabel 3.1 Data Media Periklanan	47
Tabel 3.2 Biaya Promosi pada Tahun 2009-2013	47
Tabel 3.3 Jenis Kelamin Responden	48
Tabel 3.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
Tabel 3.5 Responden Berdasarkan Penghasilan	50
Tabel 3.6 Responden Berdasarkan Pendidikan	50
Tabel 3.7 Jawaban Responden Terhadap Media Reklame dalam Pembelian MobilTruk	51
Tabel 3.8 Jawaban Responden Terhadap Media Surat Kabar dalam PembelianMobil Truk	53
Tabel 3.9 Jawaban Responden Terhadap Media Brosur dalam Pembelian Mobil Truk.....	54
Tabel 3.10 Jawaban Responden Terhadap Media <i>Showroom Event</i> dalam Pembelian Mobil Truk	56
Tabel 4.1 Rekapitulasi Media Reklame dalam Pembelian Mobil Truk ...	58
Tabel 4.2 Rekapitulasi Media Surat Kabar dalam Pembelian Mobil Truk	62
Tabel 4.3 Rekapitulasi Media Brosur dalam Pembelian Mobil Truk	66
Tabel 4.4 Rekapitulasi Media <i>Showroom Event</i> dalam Pembelian Mobil Truk	70
Tabel 4.5 Hasil Wawancara Kepada Kepala Administrasi dan Sales ...	74
Tabel 4.6 Hasil Analisis Interpretasi Skor Media Periklanan	75

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Keputusan Pembelian Utama	16
Gambar 3.1 Struktur Organisasi	31
Gambar 4.1 Media Reklame dalam Pembelian Mobil Truk	59
Gambar 4.2 Media Surat Kabar dalam Pembelian Mobil Truk	63
Gambar 4.3 Media Brosur dalam Pembelian Mobil Truk	67
Gambar 4.4 Media <i>Showroom Event</i> dalam Pembelian Mobil Truk	71
Gambar 4.5 Hasil Analisis pada Tabel 4.6	75

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Izin Pengambilan Data
2. Lembar Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir
3. Lembar Bimbingan Laporan Akhir
4. Kartu Kunjungan Mahasiswa
5. Lembar Rekomendasi Ujian Laporan Akhir
6. Data Wawancara pada PT. Astra International Tbk. Auto 2000 Cabang Plaju Palembang