

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>BIOGRAFI</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	2
1.3 Tujuan Dan Kegunaan Penelitian .....	3
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	3
1.3.2 Kegunaan Penelitian .....	4
1.4 Metode Penelitian .....	4
1.5 Teknik Pengumpulan Data .....	5
1.6 Lokasi Penelitian .....	5
<b>BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN</b>	
2.1 Sejarah Perusahaan .....	6
2.1.1 Sumber Daya Perusahaan.....	7
2.2 Visi Dan Misi Perusahaan .....	8
2.3 Bidang Usaha .....	9
2.4 Bentuk Organisasi .....	8
2.5 Kebijakan Perusahaan .....	13
2.5.1 Kompensasi Dan Fasilitas Perusahaan .....	15

### **BAB III PEMBAHASAN**

3.1 Uraian Aktivitas Kerja .....	15
3.1.1 Hambatan Bekerja dan Penanggulangannya .....	16
3.2 Landasan Teori .....	19
3.2.1 Pengertian Pelayanan .....	19
3.2.2 Tujuan Advertising .....	20
3.3 Pengertian Penjualan .....	24
3.3.1 Tujuan Penjualan .....	25
3.3.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penjualan.....	26
3.3.3 Jenis Dan Bentuk Penjualan.....	28
3.3.4 Pengaruh Biaya Iklan Terhadap Volume Penjualan .....	29
3.3.5 Jenis Penjualan.....	30
3.3.6 Fungsi Penjualan .....	31
3.4 Pembahasan.....	32
3.4.1 Pentingnya Advertising Dalam Penjualan .....	32
3.4.2 Peran Advertising Dalam Penjualan Produk.....	36

### **BAB IV PENUTUP**

4.1 Kesimpulan .....	39
4.2 Saran .....	39

### **DAFTAR PUSTAKA**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pemanfaatan alat transportasi sekarang ini sangatlah penting berguna bagi kelangsungan aktivitas masyarakat pada umumnya. Seiring berjalannya waktu permintaan konsumen terhadap kendaraan sangatlah pesat sehingga membuat perusahaan yang bergerak dibidang penjualan otomotif khususnya motor harus bisa merencanakan dan menyediakan produk penjualan untuk memenuhi tuntutan pasar.

Permasalahan yang sering terjadi pada perusahaan PT. Hasjrat Abadi Toyota Manado, yaitu penjualan motor masih sering terjadi flukuasi penjualan jenis-jenis motor yang dipengaruhi oleh faktor musiman. Dari data penjualan motor yang diperoleh pada tahun 2011 jenis *otomotiv* di bulan april penjualan motor sebanyak 446 unit. Jika penjualan motor dibuat terlalu besar maka biaya produksi akan membengkak sebaliknya bila penjualan motor dibuat terlalu kecil maka perusahaan akan mengalami minimnya persediaan stok motor.

PT Hasjrat Abadi Toyota Manado sangat membutuhkan *advertising* dalam meningkatkan penjualan produk karna perusahaan belum memenuhi produk yang diharapkan oleh konsumen atau pembeli, maka dari itu perusahaan akan lebih meningkatkan *advertising* dalam penjualan produk dengan melakukan pelatihan-pelatihan yang tersedia atau sudah ditentukan oleh perusahaan tersebut.

Perusahaan juga harus memberikan pelayanan yang terbaik kepada pembeli mengikuti perosedur yang telah ditetapkan oleh perusahaan tersebut.

Maka dari itu perusahaan ingin produk yang dijual seperti sepeda motor dapat memberikan yang terbaik agar supaya konsumen yang akan datang ke perusahaan tersebut dapat tertarik dan ingin membeli produk yang akan dijual karna setiap bulan atau tahun perusahaan PT Hasjrat Abadi Toyota Manado akan memberikan produk yang berkualitas maka dari itu perusahaan tersebut akan memuaskan pelanggan untuk menarik perhatian dari pelanggan agar supaya produk tersebut bisa di minati oleh konsumen.

Berdasarkan permasalahan tersebut maka peneliti tertarik mengadakan penelitian dengan judul ”Pentingnya *advertising* dalam meningkatkan penjualan produk pada PT. Hasjrat Abadi Toyota Manado”

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka peneliti membatasi ruang lingkup dengan merumuskan masalah sebagai berikut: bagaimana pelaksanaan *advertising* dalam meningkatkan penjualan produk pada PT Hasjrat Abadi Toyota Manado

## **1.3 Tujuan Dan Kegunaan Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui pelaksanaan *advertising* pada PT. Hasjrat Abadi Toyota Manado.

### **1.3.2 Kegunaan Penelitian**

1. Bagi peneliti

Dapat menambah wawasan dan pengetahuan akan masalah-masalah yang terjadi dalam perusahaan khususnya mengenai *advertising* dalam hal ini dalam menganalisis segmentasi pasar.

2. Bagi perusahaan

Memberikan pemikiran dan saran-saran yang bermanfaat bagi perusahaan dalam mengembangkan usaha selanjutnya terutama mengenai tentang adanya analisis segmentasi pasar dalam pentingnya *advertising* dalam meningkatkan penjualan produk pada PT. Hasjrat Abadi Toyota Manado.

3. Bagi pembaca

Kiranya dapat bermanfaat bagi yang membutuhkan informasi mengenai permasalahan di bidang pemasaran khususnya yang berhubungan dengan *advertising* dalam meningkatkan penjualan produk pada PT Hasjrat Abadi Toyota Manado.

#### **1.4 Metode Penelitian**

Metode yang di gunakan peneliti dalam penelitian adalah Metode Deskriptif Analisis yaitu metode yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi actual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada, mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku, membuat perbandingan atau evaluasi dan menentukan apa yang di lakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang. ( M.Iqbal Hasan, 2002).

#### **1.5 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang di gunakan peneliti yaitu sebagai berikut :

1. Penelitian kepustakaan

Yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mempelajari buku-buku literature, catatan perkuliahan dan sumber-sumber lain yang ada kaitannya dengan permasalahan yang di teliti.

2. Penelitian lapangan

Penelitian ini di lakukan untuk mendapatkan data-data yang berhubungan dengan objek penelitian secara langsung di lapangan yaitu pada

PT. Hasjrat Abadi Toyota Manado dengan cara sebagai berikut :

a. Observasi non partisipasi

Yaitu mengadakan pengamatan langsung ke perusahaan di mana peneliti melakukan pengumpulan data melalui pengamatan pada PT. Hasjrat Abadi Toyota Manado tanpa terlibat langsung dalam kegiatan yang ada.

b. Wawancara

Yaitu pengumpulan data informasi dengan melakukan tanya jawab langsung kepada kepala bagian gudang.

**1.6 Lokasi Penelitian**

PT Hasjrat Abadi Toyota Manado jln. sudirman no. 119 blok A manado.