

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia yang telah diberikanNya akhirnya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini yang berjudul **“Tinjauan Promosi Piaggio Indonesia di Bandung”**.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna, baik dari segi materi yang disajikan maupun pembahasannya, namun penulis berusaha untuk menyajikan yang terbaik.

Penulis juga berharap penulisan tugas akhir ini dapat berguna untuk kepentingan akademis dan perusahaan tempat penulis melakukan observasi/pengamatan untuk menjadikan acuan bagi pihak-pihak yang membutuhkan. Lebih lanjut, tugas akhir ini bukan merupakan proses akhir bagi penulis untuk menggali pengetahuan, namun tugas akhir ini akan dijadikan sebuah titik tolak bagi penulis untuk terus menggali ilmu pengetahuan lebih lanjut. Penulis juga dengan rendah hati memberikan kesempatan kepada semua orang untuk memberikan kritik dan saran yang membangun.

Penyelesaian tugas akhir ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan orang lain yang ikut memberikan masukan dan saran

kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini tepat pada waktunya. Oleh sebab itu dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan kesehatan dan kelancaran, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
2. Keluarga penulis Ibu, Ayah, Ika, Ido, Rande, atas perhatian dan kasih sayang.
3. Bapak Ganjar M Disastra, SH., MM, selaku pembimbing yang bersedia meluangkan waktu untuk penulis, guna memberikan saran, arahan dan masukan-masukan yang bermanfaat bagi penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini hingga selesai.
4. Bapak Sampurno Wibowo, SE, M.Si., selaku Ka. Prodi D3 Manajemen Pemasaran dan dosen wali yang telah mengajarkan banyak hal kepada penulis selama mengikuti study di Institut Manajemen Telkom serta terima kasih untuk segala dukungannya yang diberikan kepada penulis.
5. Bapak dosen dan Ibu dosen pengajar yang selama ini telah banyak membantu penulis selama mengikuti study di Institut Manajemen Telkom dengan memberikan banyak pengetahuan.

6. Kepada Siti Zahra Kusumarani atas perhatian, pengertian, dukungan dan kasih sayangnya.

Akhir kata penulis berdoa kepada Allah SWT, semoga semua bantuan serta dukungan dan kebaikan yang telah diberikan kepada penulis selama penulis menyelesaikan tugas akhir ini dibalas oleh Allah SWT. Amin

Bandung, Juli 2011

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Gambaran Umum Objek Observasi.....	1
1.2. Latar Belakang Objek Observasi.....	3
1.3. Perumusan Masalah.....	6
1.4. Tujuan Observasi.....	6
1.5. Kegunaan Observasi.....	7
1.6. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II RELEVANSI TEORI DAN PEMBAHASAN.....	9
2.1. Relevansi Teori.....	9

2.1.1.	ManajemenPemasaran.....	9
2.1.2.	Marketing Mix.....	11
2.1.3.	Promosi.....	14
2.1.4.	Bauran Promosi.....	17
2.2.	Pembahasan.....	22
2.2.1.	Promosi Piaggio.....	22
2.2.2.	Cara Piaggio Merubah Persepsi Konsumen.....	30
BAB III KESIMPULAN DAN SARAN.....		36
3.1.	Kesimpulan.....	36
3.2.	Saran.....	37
DAFTAR PUSTAKA.....		39
LAMPIRAN.....		40