



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.



**Peran dari STP (Segmentasi, Targeting, Positioning) Terhadap
Kegiatan Pemasaran di PT. Ria Mitra Jaya Abadi**

Laporan Magang

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana dalam Program Studi Manajemen

**RICKY
09130110064**

**Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Multimedia Nusantara
Tangerang
2014**

PENGESAHAN LAPORAN KERJA MAGANG

Peran dari STP (Segmentasi, Targeting, dan Positioning) Terhadap Kegiatan Pemasaran di

PT. Ria Mitra Jaya Abadi

Oleh

Nama : Ricky

NIM : 09130110064

Fakultas : Ekonomi

Program Studi : Manajemen

Tangerang, 16 Januari 2014

Pembimbing

(Ir. Sasotya Pratama, M.T.E.)

Mengetahui :

Ketua Program Studi Manajemen

(Anna Riana Putriya, S.E., M.Si.)

Lembar Pernyataan Tidak Melakukan Plagiat Dalam Penyusunan

Laporan Kerja Magang

Dengan ini saya,

Nama : Ricky
NIM : 09130110064
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa saya telah melaksanakan praktek kerja magang :

Nama Perusahaan : PT. Ria Mitra Jaya Abadi
Divisi : Marketing / Pemasaran
Alamat : Simprug Garden 7 no 17a
Kebayoran Lama – Jakarta Selatan
Periode Magang : Juli – Agustus
Pembimbing Lapangan : Jimmy Latif

Laporan kerja magang merupakan hasil karya saya sendiri dan saya tidak melakukan plagiat. Semua kutipan karya ilmiah orang lain atau lembaga lain dirujuk dalam laporan magang ini telah saya sebutkan sumber kutipannya serta saya cantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti kecurangan/penyimpangan baik dalam pelaksanaan kerja magang maupun dalam penulisan laporan kerja magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan tidak lulus untuk mata kuliah yang telah saya tempuh.

Tangerang, 16 Januari 2014

Ricky

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	1
DAFTAR GAMBAR	3
DAFTAR TABEL	3
BAB I	4
1.1. Latar Belakang	4
1.2. Pokok Permasalahan	7
1.3. Maksud dan Tujuan Kerja Magang	8
1.4. Manfaat Laporan Kerja Magang.....	9
1.5. Ruang Lingkup Kerja Magang	10
1.6. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	10
1.7. Sistematika Penulisan	11
BAB II	13
2.1. Profil Perusahaan	13
2.2. Struktur Organisasi	15
2.3. Landasan Teori	17
2.3.1. Pemasaran	17
2.3.2. Perilaku Konsumen	19
2.3.3. Segmentasi	20
2.3.4. Targeting	22

2.3.5. Positioning	24
2.3.6. Personal Selling	24
2.3.7. Relationship Marketing	28
2.3.8. Negosiasi	29
BAB III	30
3.1. Kedudukan Kerja Magang	30
3.2. Tugas Yang Dilakukan	31
3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang	32
3.3.1. Proses Pelaksanaan	32
3.3.2. Kendala Yang Ditemukan	38
3.3.3. Solusi Atas Kendala Yang Ditemukan	41
3.4. Hubungan Teori Dengan Kerja Magang	41
BAB IV	53
4.1. Kesimpulan	53
4.2. Saran	55
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Spending Masyarakat Indonesia.....

Gambar 2.1. Struktur Organisasi PT Ria Mitra Jaya Abadi

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Pekerjaan yang Dilakukan

UMMN