

**EFEKTIFITAS *EVENT SAMPLING* SUSU ENTRASOL
TERHADAP PENINGKATAN PEMBELI BARU
(Studi Kasus pada PT. Kalbe Nutritionals Cabang Malang)**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Melengkapi Sebagian Syarat
Dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE)**



Disusun Oleh :

Nama	: Mayda Pertiwi
NIM	: 12221014
Pembimbing	: Sandi Eka Suprajang, SE.,MM

**JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI KESUMA NEGARA
BLITAR
2016**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini dosen pembimbing dari,

Nama	: Mayda Pertiwi
NIM	: 12221014
Jurusan	: Manajemen
Program Studi	: Manajemen

Judul Skripsi :

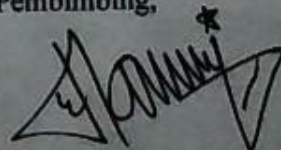
**EFEKTIVITAS *EVENTS SAMPLING* SUSU ENTRASOL TERHADAP
PENINGKATAN PEMBELI BARU (Studi Kasus pada PT. Kalbe
Nutritionals Cabang Malang)**

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini telah melalui proses bimbingan sejak tanggal 5 bulan Oktober tahun 2015 sampai dengan tanggal 10 bulan Maret tahun 2016. Dan memberikan persetujuan atas skripsi ini untuk diuji di depan dewan penguji skripsi.

Demikian persetujuan ini saya berikan sebagai syarat untuk mengikuti Ujian Komprehensif bagi mahasiswa yang tersebut diatas.

Blitar, 10 Maret 2016

Pembimbing,



Sandi Eka Suprajang, SE., MM

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Mayda Pertiwi
NIM : 12221014
Jurusan : Manajemen
Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi :

**EFEKTIVITAS *EVENT SAMPLING* SUSU ENTRASOL TERHADAP
PENINGKATAN PEMBELI BARU (Studi Kasus pada PT. Kalbe Nutritionals
Cabang Malang)**

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Skripsi yang telah saya buat ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya.

Apabila ternyata di kemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar.

Demikian, pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Blitar, Maret 2016

 Penulis,

Mayda Pertiwi

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini Pimpinan PT. Kalbe Nutritionals cabang Malang menerangkan bahwa mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar:

Nama : Mayda Pertiwi

NIM : 12221014

Jurusan : Manajemen

Telah melakukan penelitian di perusahaan kami mulai bulan Oktober tahun 2015 sampai dengan Maret 2016 untuk menyusun Karya Ilmiah (Skripsi) dengan judul:

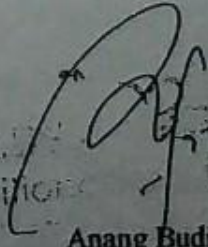
“Efektifitas Event Sampling Susu Entrasol Terhadap Peningkatan Pembeli Baru (Studi kasus pada PT. Kalbe Nutritionals cabang Malang)”.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 10 Maret 2016

PT. Kalbe Nutritionals

Cabang Malang



Anang Budi
Direktur

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul :

**EFEKTIFITAS *EVENT SAMPLING* SUSU ENTRASOL TERHADAP
PENINGKATAN PEMBELI BARU (Studi Kasus pada PT. Kalbe
Nutritionals cabang Malang)**

Yang disusun oleh :

Nama : Mayda Pertiwi

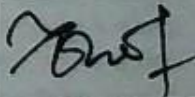

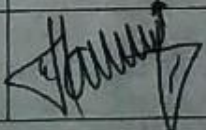
NIM : 12221014

Jurusan : Manajemen

Program Studi : Manajemen

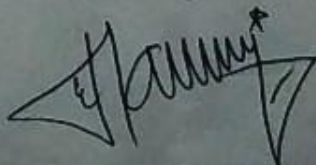
Telah diuji dan dinyatakan lulus pada 05 April 2016

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

NO.	NAMA	KEDUDUKAN	TANDA TANGAN
1.	Iwan Setya Putra, SE.Ak., MM., CA	Penguji I	
2.	Siti Sunrowiyati, SE., MM.	Penguji II	
3.	Sandi Eka Suprajang, SE., MM.	Penguji III	

Mengetahui,

Pembimbing,



Sandi Eka Suprajang, SE. MM.

Ketua Program Studi,



Sandi Eka Suprajang, SE. MM.

ABSTRAK

EFEKTIFITAS *EVENT SAMPLING* SUSU ENTRASOL TERHADAP PENINGKATAN PEMBELI BARU (Studi kasus pada PT. Kalbe Nutritionals)

MAYDA PERTIWI – 12221014

Kata kunci: *Event Sampling*, Peningkatan Pembeli Baru

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif dimana penelitian yang menjelaskan kegiatan yang terjadi terhadap obyek penelitian. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang dinyatakan dalam bentuk angka–angka maupun tabel (laporan penjualan dan perolehan pembeli baru selama *event sampling*). *Event sampling* dalam penelitian ini yaitu salah satu kegiatan promosi penjualan dengan cara melakukan pembagian contoh atau sampel susu untuk konsumen. Sedangkan pembeli baru yang dimaksud yaitu konsumen yang baru pertama kali melakukan pembelian susu Entrasol.

Untuk mengetahui keberhasilan suatu kegiatan promosi berupa *event sampling* perlu dilihat dari segi efektifitas pencapaian pembeli baru sudah sesuai dengan target yang ditentukan atau tidak, waktu pelaksanaan *event sampling* tepat atau tidak dan konsumen yang mencoba contoh atau *sampling* susu sesuai dengan target atau tidak. Hasil dari penelitian pada PT. Kalbe Nutritionals cabang Malang menunjukkan bahwa pelaksanaan *event sampling* meningkatkan jumlah pembeli baru yang berimbas pada peningkatan penjualan. Jadi dengan biaya yang sedikit mampu meningkatkan penjualan dan pembeli baru.

Saran dalam penelitian ini diantaranya, menyajikan contoh atau *sampling* susu Entrasol dengan berbagai macam penyajian, misalnya ditambahkan irisan buah segar supaya tidak enek, disediakan kemasan khusus untuk dicoba dirumah, varian hadiah lebih banyak, mencari kegiatan *event sampling* yang banyak pesertanya, lebih menggali kebutuhan konsumen, dan mengadakan cek kesehatan berupa cek tulang dan kolesterol untuk mengarahkan konsumen akan pentingnya hidup sehat dan mengkonsumsi susu Entrasol. Untuk peneliti berikutnya bisa meneliti dengan variabel yang berbeda dan produk yang berbeda tetapi tetap satu naungan dari PT Kalbe Nutritionals misalnya susu Morinaga dan susu Prenagen.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirrobbil'alamiin, segala puji bagi Allah SWT penguasa seluruh Maha yang selalu memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis juga Rasullullah SAW yang memberikan syafa'atnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **Efektifitas *Event Sampling* Susu Entrasol Terhadap Peningkatan Pembeli Baru (Studi Kasus pada PT. Kalbe Nutritionals Cabang Malang).**

Skripsi ini disusun dengan segala kemampuan yang dimiliki penulis dalam rangka memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi “Kesuma Negara” (STIEKEN) Blitar.

Dalam penulisan skripsi ini penulis tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Iwan Setya Putra, SE, Ak, MM., selaku Ketua STIEKEN Blitar
2. Bapak Sandi Eka Suprajang, SE., MM. selaku Ketua Jurusan Program studi Manajemen dan dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dalam menyusun skripsi ini.
3. Teman-teman satu angkatan di STIE Kesuma Negara yang membantu memberikan masukan dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Dan semua pihak yang telah banyak memberikan bantuan dan juga dorongan untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari pembuatan skripsi ini masih sangat jauh dari sempurna, untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari semua pihak.

Harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, serta dapat digunakan sebagai landasan dan bahan penyusunan skripsi selanjutnya.

Blitar, Maret 2016

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
SURAT KETERANGAN PENELITIAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Permasalahan	4
C. Rumusan Masalah	5
D. Tujuan Penelitian	5
E. Kegunaan Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Hasil Penelitian Terdahulu.....	7
B. Pemasaran.....	9
C. Efektifitas	14
D. Promosi.....	16
E. Penjualan	27

F. Sales Promotion.....	28
G. Hubungan Antara Event Sampling Dengan Pembeli baru.....	30

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Definisi Operasional Variabel	32
B. Populasi Penelitian dan Sampel	32
C. Jenis dan Metode Pengumpulan Data	33
D. Teknik Analisis Data	34
E. Waktu dan Tempat Penelitian	35

BAB IV DATA, ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Data Perusahaan	36
B. Analisis Data.....	50
C. Pembahasan.....	63

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	65
B. Saran.....	66

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Data Karyawan.....	47
Tabel 4.2 Daftar Perolehan Pembeli baru	51
Tabel 4.3 Macam-macam Biaya Event Sampling.....	54
Tabel 4.4 Biaya Event Sampling bulan Januari sampai Juni 2015.....	54
Tabel 4.5 Total Pengunjung dan Trialist.....	5