

***Diversification Analyzes The Concept Of Branding And Promotion  
To Company Performance***

by

**Alin Nesia <sup>(1)</sup>**  
**Gede Sri Darma <sup>(2)</sup>**

**Undiknas Graduate School**  
Jl. Waturenggong No. 164, Denpasar, Bali

*angela\_falope@yahoo.com<sup>(1)</sup>*  
*sridarma@undiknas.ac.id<sup>(2)</sup>*

**ABSTRACT**

*This research is madeto determine whether a particular concept of branding and promotion, could help to improve the company's marketing performance. Apart from two variables, which are location and marketer, there is also promotion that could improve company's marketing performance. These three are intervening variables to help the company's performance.*

*From the results of research conducted using questionnaire data obtained from 128 respondents, which questionnaire results were tabulated using Microsoft excel and processed by the method of Statistics Structural Equation Model ( SEM ) with 20.0 Amos program showed that the eight criteria Goodness of Fit, there are three criteria are met and one criteria is marginal. The results obtained after one modifying. Followed by data processing between variables can be seen that between five variables studied, the most powerfull variable is the variable effectiveness of strategy execution. Promotion variable is the variable with the highest score after the missed intervening variable ( direct effect ).*

*With these results , we can conclude that PT. Arkadena need a strong team with the strong concept diversification branding and promotion that should be decided by a good strategy execution to supporting the companies performance.*

---

**Keyword : Location, Promotion, Diversification, Branding, Marketer, Strategy Execution, Company Performance**

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditiasari, D. (2014). *Harga BBM Naik Property Rp 1 Milyar ke Bawah Kena Dampaknya*. (On Line), Available [finance.detik.com](http://finance.detik.com). (21 November 2014).
- Asepta, H. (2012). Analisis Pengaruh Keahlian Menjual Tenaga Penjual dan Kualitas Pelayanan Glaxo Smith Kleine terhadap Kinerja Tenaga penjual, *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan*, **3** (2).
- Achmad, S.R. (2002 ). *Sistem Manajemen Kinerja*. Penerbit : Gramedia Pustaka Utama.
- Achmadi. (2003). Orientasi Pengawasan terhadap tenaga Penjualan untuk Mencapai Efektivitas Perusahaan, *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, **2** (1): 19-32.
- Alfin, S., and Larso, D. (2011). Identifikasi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja UKM Catering di Kota Bandung, *Jurnal Manajemen Tehnologi*, **10** (2).
- Alma, B. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Penerbit: Alfabeta, Bandung.
- Anis, K., and Purwanto, A. (2012). *Pengaruh Diversifikasi Korporat Terhadap Kinerja Perusahaan dan Risiko Dengan Moderasi Kepemilikan Manajerial*, Artikel Hasil Penelitian, Universitas Diponegoro.
- Bangkono, A.W. (2011). Persaingan Pasar Tenaga Kerja, *Jurnal*, 12 Mei 2011.
- Bank Indonesia. (2014). *Survey Harga Properti Residensial*. (On Line). Available: [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id).
- Barker, T. (1999). *Police Deviaence*. Edisi 3. Jakarta: Cipta Manunggal.
- Body, W.L. (1997). *Manajemen Pemasaran, Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*, Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Boorom, M.L, Jerry R.G, and Rosemary, P.R. (1998). Relational Communication Traits and Their Effect on Adaptiveness and Sales Performance, *Jurnal of the Academy of Marketing Science* **26** (1): 16-30.
- Cempakasari, D.A., and Yoestini. (2003). Studi Mengenai Pengembangan Hubungan Jangka Panjang Perusahaan dan Penyalur, *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia* **2** (1): 67-84.
- Churchill, G.A., Ford, N.M., Hartley, S.W., and Walker, O.C. (1985). The Determinants of Salesforce Performance : a Meta – Analysis, *Journal of Marketing Research* **22**: 103-118.
- Cravens, W.D. (2001). *Pemasaran Strategis*. Jakarta: Erlangga.
- Darma, G.S. (2004). Qualitative and Quantitative Data in Management Research: A Study of the Banking Industry, *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, **16** (2): 107-118.
- Darma, G.S. (2012). *100 Konsultasi Praktis Strategi Bisnis*. Denpasar: Undiknas Press.

- Darma, G.S. (2005). *Konsultasi Praktis Marketing Strategy*. Denpasar: Undiknas Press.
- David, A.A. (1991). *Managing Brand Equity : Capitalizing on the Value of a Brand Name*. New York: The Free Press A Division of Simon & Shcuster Inc.
- Davis, R. (2001). *Business Process Modelling with ARIS :A Practical Guide*, Originally published by Springer-Verlag, London Limited.
- Dewi, L., and Marsono. (2012). Diversifikasi Perusahaan dan Manajemen Laba, *Diponegoro Journal of Accounting*, **1**(1): 8.
- Djalim, S. (2006). *Manajemen Pemasaran (Analisis, Perencanaan, pelaksanaan dan Pengendalian ) Teori, Aplikasi dan Tanya Jawab*. Bandung: Linda Karya.
- Dwijanto, R. (2010). *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kinerja Perusahaan*. (On line)., Available <http://etd.ugm.ac.id>.
- Farela, D., and Darma, G.S. (2014). Celebrity Endorser, Daya Tarik Iklan, Brand Awareness dan Brand Attitude, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **11** (1): 35-47.
- Fary, M.F.( 2009). CEO P2P Media pada Majalah Mix.
- Februarini, C.A. ( 2012). *Pengaruh Sponsorship terhadap Brand Awareness*.
- Ferdinand, A.T. (2011). *Metode Penelitian Manajemen*, Edisi 3. Seri Pustaka Kunci.
- Ferdinand, A.T. (2014). *Structural Equation Modeling*, Edisi 5. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- George, A. (2004). *Public Relations Dalam Praktik*, Edisi 5. Erlangga.
- Ginting, H.M., and Madjid, A.R.L.I. (2014). Analisis Kinerja Distribusi Selling In dan Pengaruhnya terhadap Kinerja Pemasaran, *Jurnal Managemen Pascasarjana Universitas Syah Kuala*, **3** (1): 104.
- Gladwell, M. (2009). *The Tipping Point : How Little Things Make a Big Difference*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Gobe, M. (2005). *Emotional Branding, Paradigma Baru untuk Menghubungkan Merek dengan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Gede, A. (2014). *Strategi Bisnis dan Eksekusi Strategi*. (online). Available <http://www.slideshare.net/>( 21 November 2014 ).
- Gitosudarmo, I. (2000). *Manajemen Strategis*. Jogjakarta: BPF – UGM.
- Gregory, A. (2004). *Perencanaan dan Manajemen Kampanye Public Relations*. Edisi 2, terjemahan Dewi Damayanti. Jakarta: Erlangga.
- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty : Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.

- Handoko, T.H. (2001). *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*, Edisi kedua. Jogjakarta: BPFE.
- Hendriyanto, A. (2012). Analisa Pengaruh Keahlian Menjual Tenaga Penjual dan Kualitas Pelayanan Glaxo Smith Kleine Terhadap Kinerja Tenaga Penjual. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan*, **3** (2), November 2012.
- Id.wikipedia.org. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. (on line).
- Indriyani, R.A. Fasilitas Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Rumah di Perumahan Bukit Semarang Baru, *Jurnal eprints*, undip.ac.id/98.
- James, L.H. *The profit Service Chain*. New York: The Free Press.
- Jhon, P.K. *The Heart of Change*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Kaplan, R., and Norton. (2001). *The Strategy Focused Organization : How Balanced Scorecard Companies Thrive in The Business Environment*. Harvard Business School Press.
- Kasali, R. (2002). *Manajemen Periklanan*. Jakarta: PAU- Ekonomi UI.
- Kertajaya, H. (2004). *Positioning, Differentiation, Brand*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Khalid, I., and Andriyani, W. (2014). *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Batubara pada PT. Cahaya Mantingan Nusantara Jakarta*, Artikel Hasil Penelitian. Fakultas Ekonomi, Universitas 17 Agustus 1945, Cirebon.
- Kurniasari, S.E. (2013). Pengaruh Diversifikasi Usaha Terhadap Kinerja Perusahaan yang di Moderasi oleh Kepemilikan Manajerial, *Jurnal. Eprints.dinus.ac.id*.
- Lestari, S. (2007). Analisis Variabel-Variabel yang Mempengaruhi Kinerja Usaha Industri Kecil, *Jurnal & Proceeding* **5** (2): 2007.
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.
- Manajemen Strategi Admin. (2013). *Dampak Luar Biasa ketika Anda Mengelola Eksekusi Strategi secara Efektif*. (Online). Available <http://ikhtisar.com/> 2 Nopember 2015.
- Mathis, J. (2006). *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi 10. Salemba Empat.
- Mcrae, R., and Costa, J. (2002). *Personality in Adulthood : A Five Factor Theory Perspective*, Edisi 2. New York: Guilford Publications.
- Muh, D.A.P, etal (2013). Model Implementasi Strategi sebagai Determinan Kinerja Perusahaan, *Jurnal Manajemen Teknologi*, **12** (1): 2013.
- Mulyadi. (2001). *Akuntansi Manajemen : Konsep, Manfaat dan Rekayasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nurullaili, A.W. (2013). Analisis Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Tupperware, *Jurnal Administrasi Bisnis*, **2** (1): Maret 2013.

- Nasution, L.Z. (2013). *Gambaran Properti Indonesia 2013*. (On Line). Available [www.academia-edu/5237414](http://www.academia-edu/5237414) ( 24 October 2014 ).
- Ongky Setio, K. ( 2013 ). *Kemampuan Pemasaran, Variabel Kemampuan Usaha, Kinerja Usaha & Variabel Kinerja Usaha*, Disertasi, 11 Maret 2013.
- Peter, J.P., and Jerry, C.O. (2000). *Consumer Behavior, Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Phalestie , A.A. (2007). *Jurnal Psikologi : Prestasi Kerja*.
- Purnomo. (1982). *Pendidikan dan Pelatihan*, Penerbit : PT. Remaja Rosda Karya, Bandung.
- Rikawati. (2014). *Kebutuhan Tinggi, Harga Properti Residential Naik*.( On Line ). Available : [www.katadata.co.id](http://www.katadata.co.id). (13 Agustus 2014).
- Robert, N.A. (2002). *Sistem Pengendalian Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.
- Robinette, S. (2001). *Emotion Marketing*. Jakarta: MC. Grow Hill Book Company.
- Sanantha, H., and Indriyani, R. (2014). *Perumusan Blue Ocean Strategy sebagai Strategi bersaing pada Perusahaan Keluarga PT. Belirang Kalisari*, *Jurnal AGORA*, **2**(1).
- Saputra, S.A. (2012). *Proses Perencanaan Strategik dengan Menggunakan Sistem Manajemen Strategy and Performance Execution Excellence ( SPEx2)*, *Jurnal Universitas UAJY*, [E-Journal.uajy.ac.id](http://E-Journal.uajy.ac.id).
- Satoto, S.H. (2009). *Strategi Diversifikasi Terhadap Kinerja Perusahaan*, *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, **13**(2): 280-287.
- Setiawan, A. (2003). *Analisis Kinerja Tenaga Penjualan Berdasarkan Sistem Kontrol dan Sinergi Aktivitas Tenaga Penjualan*, *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, **2** (1): 33-52.
- Simanjuntak, P. (2005). *Pengantar Ekonomi Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Fakultas Ekonomi UI.
- Sistaningrum, E. (2002). *Manajemen Penjualan Produk*. Jogjakarta: Kanisius.
- Spiro, R., and Weitz, B. (1990). *Adaptive Selling : Conceptualization , Measurement and Nomological Validity*, *Jurnal of Marketing Research*.
- Sugiarto. (2001). *Strategi Menaklukan Pasar melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merk*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Cetakan ke 16. Bandung: Alfabeta.
- Suhermini. (2010). *Efektivitas Penjualan Perusahaan Penerbitan dan Kinerja Tenaga Penjualan*, *Jurnal Dinamika Manajemen*, **1** (1): 47-53.

- Sulistiyono, S.T. (2014). *Pengembang Properti Dampak Kenaikan Harga BBM Hanya 6 Bulan.* ( On Line ). Available [www.m.tribunnews.com/bisnis/2014/11/06](http://www.m.tribunnews.com/bisnis/2014/11/06).
- Susanti, R.D. *Analysis Promotion Strategy of development Basketball League Event to Build Brand Image.*( On line ). Available <http://www.academia.edu/>
- SWA. (2014). *Bagaimana agar Merek Anda Selalu Diperbincangkan*, Edisi 12 periode 5-18 Juni 2014.
- Swastha, B. (2011). *Pengantar Bisnis Modern*. Jogjakarta: Liberty.
- Syahbana, A.A. (2008). *Pengaruh Intensitas Persaingan, Lokasi, Kualitas Pramuniaga dan Kesadaran akan Harga Terhadap Strategi Bisnis Berbasis Pelayanan dalam Meningkatkan Kinerja Outlet*, Tesis.
- Terence, A.S. (2001). *Periklanan, Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Edisi 5. Erlangga.
- Tjiptono, F. (2000). *Strategi Pemasaran*, Edisi pertama. Jogjakarta: Andy.
- Umar, C. (2009). Implementasi Strategi Blue Ocean untuk mencapai Kinerja Perusahaan yang Kompetitif, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, **4** (7): 2009.
- Veithzal, R. (2008). *Performa Appraisal*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Winardi. (2008). *Motivasi dan Pemotivasian dalam Manajemen*. Rajawali Pers.
- Wiryawan. (2008). *Analisis Faktor-Faktor Kinerja Selling In dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran*, Tesis, Program Magister Manajemen, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Yuwono, S. (2008). *Petunjuk Praktis Penyusunan Balanced Scorecard Menuju Organisasi yang Berfokus pada Strategi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.