

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah mengkaruniakan kesehatan dan juga kelapangan berfikir kepada penulis sehingga akhirnya tulisan ilmiah dalam bentuk skripsi ini dapat juga terselesaikan.

Adapun judul yang di ajukan sehubungan dengan penyusunan skripsi ini adalah **“PENGARUH BIAYA PROMOSIGUNA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PRODUK PADA PT K-LINK NUSANTARAMEDAN”**.

Dalam penulisan skripsi ini banyak pihak telah penulis sita waktunya, maka pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima-kasih kepada pihak-pihak tersebut terutama kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. A. Ya'kub Matondang, MA, sebagai Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Prof. Dr. H. Sya'ad Afifuddin, SE, Mec, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area, sekaligus Dosen Pembimbing I.
3. Bapak Hery Syarial, SE, Msi, selaku wakil Dekan Fakultas Ekonomi Medan Area , sekaligus dosen wali .
4. Bapak Ihsan Efendi, SE, Msi, selaku Ketua Program Study Bagian Ekonomi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area .
5. Ibu Dhian Rosalina, SE. Msi selaku sekertaris Program Study Bagian Ekonomi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area
6. Ibu Eka Dewi Setia Tarigan, SE, Msi, selaku Dosen pembimbing II
7. Bapak dan Ibu Dosen serta seluruh Staf Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan.

8. Ayahanda dan Ibunda tercinta yang telah bersusah payah memberikan bantuan dan dukungan moril serta materil kepada penulis sampai selesainya penulisan skripsi ini .
9. Semua teman-teman di Fakultas Ekonomi khususnya stambuk '10 yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan sripsi ini.
10. Untuk kekasih ku tercinta yang telah banyak membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini .

Atas segala bantuan dan dorongan dari semua pihak di atas penulis hanya dapat bermohon, hanya ALLAH SWT sajalah yang dapat membalas budi baik dan bantuan mereka tersebut, mudaha-mudahan skripsi penulis ini akan memberikan manfaat bagi kita semua.

Medan, 2015

Penulis

JULFAHMI POHAN

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL... ..	iii
DAFTAR GAMBAR	
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	6
1. Pengertian Pemasaran.....	6
2. Bauran Pemasaran	7
3. Bauran Promosi	10
4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Bauran Promosi.....	22
5. Volume Penjualan	24
B. Penelitian Terdahulu.....	26
C. Kerangka Konseptual	27
D. Hipotesis Penelitian	29
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis penelitian	30
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	31
C. Populasi Dan Sampel.....	32

D. Defenisi Operasional Variabel	33
E. Jenis Data dan Sumber Data.....	34
F. Teknik Pengumpulan Data	35
G. Teknik Analisis Data	36

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian.....	41
1. Gambaran Umum PT. K-LINK NUSANTARA.....	41
2. Persaingan Dalam Industri.....	50
3. Ancaman Pendetang Baru.....	50
4. Anacamn Barang Subtitusi.....	52
5. Konsumen	52
6. Pemasok	53
7. Data Fariabel Penelitian.....	53
B. Pembahasan.....	56
1. Uji Asumsi Klasik.....	56
2. Analisis Regreris Linier Berganda.....	57
3. Uji Hipotesis.....	58
4. Koefisien Determinan.....	61

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	63
B. Pembahasan	64

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Peneliti Terdahulu.....	26
Tabel 3.1 Waktu Penelitian.....	31
Tabel 3.2 Defenisi Operasional variable.....	33
Tabel 4.1 Biaya Promosi,Personal Selling,Promosi Penjualan,& Penjualan(2011) ..	53
Tabel 4.2 Biaya Promosi,Personal Selling,Promosi Penjualan,& Penjualan(2012) ..	54
Tabel 4.3 Biaya Promosi,Personal Selling,Promosi Penjualan,& Penjualan(2013) ..	55
Tabel 4.4 Coefficients(a).....	57
Tabel 4.5 Coefficients(a).....	58
Tabel 4.6 ANOVA (b)	61
Tabel 4.7 Model Summary (b).....	62

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka konseptual.....	29
Gambar 4.1 Uji Normalitas Data	56

