

KATA PENGANTAR

Pada kesempatan yang pertama ini Sipenulis mengucapkan puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Pengasih dan Penyayang dan didorong dengan cita-cita, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini guna melengkapi tugas-tugas yang diwajibkan kepada Mahasiswa Universitas Medan Area pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi untuk memperoleh gelar kesarjanaan.

Dalam penulisan skripsi ini penulis mengalami banyak kesulitan seperti keterbatasan waktu, kurangnya literatur yang diperlukan, keterbatasan kemampuan menulis sendiri dan sebagainya, namun demikian dengan kemauan keras yang didorong oleh rasa tanggung-jawab dan dilandasi itikad baik, akhirnya kesulitan tersebut dapat diatasi.

Adapun judul yang diajukan sehubungan dengan penyusunan skripsi ini adalah berikut **“Peranan Departemen Sales Marketing Dalam Meningkatkan Omset Penjualan di PT. Tirkumsari Medan.**

Maka pada kesempatan ini Sipenulis ingin mengucapkan terima-kasih kepada pihak-pihak tersebut, terutama kepada :

- Bapak Prof. DR. A. Ya'kub Matondang, MA, selaku rektor Universitas Medan Area.
- Bapak Drs.H. Irwan Nasution, MAP, selaku Dekan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
- Ibu Rehia Karenina Isabella Barus, S.Sos, MSP selaku ketua program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.

- Bapak Drs. Bahrum Jamil, MAP selaku Ketua Pembimbing I di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area
- Bapak Drs. H . Syafruddin Ritonga, MAP selaku Dosen Pembimbing II di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
- Bapak Pimpinan Perusahaan pada PT. Tirkumsari Medan yang telah memberikan izin Penelitian dan pengambilan data kepada penulis selama dalam penelitian.
- Bapak dan Ibu Dosen di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik serta semua unsur staf administrasi Universitas Medan Area.

Penulis juga mengucapkan rasa terima-kasih yang sedalam-dalamnya khususnya buat istri dan anak saya yang kusayangi serta kepada seluruh keluarga atas doa dan dukungannya, sehingga pembuatan skripsi ini dapat berjalan dengan baik.

Demikianlah penulis sampaikan, dan semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Medan, 5 April 2012

Penulis

JUNSES SIRUMAHOMBAR
NIM : 08. 853. 0050

DAFTAR ISI

	Halaman
Kata Pengantar	i
Daftar Isi	ii
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	3
C. Pembatasan Masalah	3
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	3
E. Kerangka Pemikiran	4
BAB II. URAIAN TEORITIS	7
A. Pengertian Komunikasi	7
B. Komunikasi Interpersonal	9
C. Strategi Komunikasi Pemasaran	10
D. Manajemen Pemasaran	12
E. Strategi Pemasaran	18
F. Pengembangan Pemasaran	25
G. Segmen Pasar dalam Meningkatkan Penjualan.....	29
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	32
A. Populasi dan Sampel	32
B. Metode Pengumpulan Data	33
C. Variabel dan Definisi Operasional	34
D. Teknik Analisis Data	37

BAB IV. DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN.....	39
A. Sejarah PT. Tirkumsari Medan.....	39
B. Maksud dan Tujuan PT. Tirkumsari Medan.....	40
C. Struktur Organisasi.....	40
BAB V. PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA.....	43
A. Penyajian dan Pembahasan Data.....	43
B. Karakteristik Responden.....	44
C. Departemen Sales Marketing.....	46
D. Omzet Penjualan.....	51
BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	59
A. Kesimpulan.....	59
B. Saran.....	60