

KATA PENGANTAR



Ass. Mualaikum Wr.Wb

Syukur Alhamdulillah kita ucapkan kehadiran Allah S.W.T, berkat rahmat dan karuniaNya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, namun dengan keterbatasan waktu, biaya, tenaga, kemampuan, pengetahuan dan pengalaman yang terbatas akhirnya penulis menyelesaikan skripsi yang diberi judul "Pengaruh Program Bonus Terhadap Tingkat Penjualan Kacang Kulit Merek "Garuda" Pada PT. Garuda Food Group Medan.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua dan seluruh anggota keluarga besar Ismet Inonu (alm) yang selalu memberikan dukungan, motivasi yang bersifat materil dan spiritual. penulis juga secara khusus mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. DR. H. Ali Ya`kub Matondang, Sag, MA, selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Drs. H. Zoelheri Noer, selaku Wakil Rektor III Bidang Kemahasiswaan.
3. Bapak Prof. DR. H. Sya`ad Afifuddin, SE, MEd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area dan sekaligus Ketua Sidang Meja Hijau.

4. Bapak Hery Syahrial, SE, Msi selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
5. Bapak Hsan Effendi, SE, MSi selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area serta Dosen Pembimbing II yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Drs. Patar Marbun, MSi selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan saran dan bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen serta staff Fakultas Ekonomi yang telah mengajar dan membantu penulis hingga dapat menyelesaikan perkuliahan.
8. Bapak pimpinan dan para staff PT. Garuda Food Group Medan khusus nya kepada Bpk.Willy Zek Nst dan Bpk Joshua Rencung yang telah membantu penulis dalam pemberian data dan informasi demi terwujudnya skripsi ini.
9. Buat Abangku Hernanda yang selalu memberikan inspirasi dan motivasi serta doa dalam penyelesaian skripsi ini .
10. Buat sobatku Endang, Saiful dan semua teman-teman Manajemen angkatan 2007 yang telah memberikan saran dan motivasi hingga skripsi ini terselesaikan.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca umumnya dan bagi penulis khususnya, kiranya Allah S.W.T melindungi kita semua, Amin.

Wassalamu 'alaikum Wr.Wb

Medan. 2011
Penulis

(NOVA INDHIANI)

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	vii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian.....	3
BAB II : LANDASAN TEORITIS	
A. Uraian Teoritis.....	5
1. Pengertian Promosi.....	5
2. Manfaat dan Tujuan Promosi.....	7
3. Bauran Promosi.....	10
4. Strategi Promosi.....	16
5. Faktor-faktor yang mempengaruhi Kegiatan Promosi....	18
6. Pengertian Penjualan.....	21
7. Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan.....	23
B. Kerangka Konseptual.....	24
C. Hipotesis.....	25
BAB III: METODE PENELITIAN	
A. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian.....	26
B. Populasi dan Sampel.....	27
C. Definisi Operasional	27
D. Jenis dan Sumber Data.....	28
E. Teknik Pengumpulan Data	28
F. Teknik Analisis Data	29

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil	31
1. Deskripsi PT. Garuda Food Group	31
2. Struktur Organisasi Perusahaan	33
3. Bidang Kerja dan Fungsi Organisasi PT. Garuda Food Group Medan	34
4. Strategi Pemasaran	41
5. Tujuan Perusahaan	43
6. Target dan Realisasi Penjualan	44
7. Daerah Pemasaran	46
B. Pembahasan	48
1. Analisis Data	48
2. Uji Hipotesis	49
3. Uji Detenninasi	51

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	53
B. Saran	54

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Kerangka Konseptual.....	25
2. Struktur Organisasi PT. Garuda Food Group Medan	34
3. Kurva Pengujian Hipotesis	50



DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Rincian Waktu Penelitian	26
2. Daftar Program Bonus dan Penjualan PT. Garuda Food Group	45
3. Daftar Jumlah Grosir	42
4. Estimasi Regresi Program Bonus Terhadap Peningkatan Volume Penjualan.....	48
5. Pengujian Parsial (Uji t).....	50
6. Uji Determinasi.....	51

