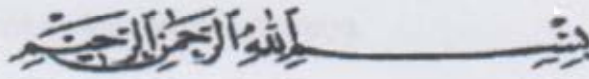


KATA PENGANTAR



Assalammu'alaikum Wr.Wb

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan Rahmat, Hidayah dan Karunia-nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, serta tidak lupa pula Salawat dan Salam kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW.

Judul penelitian skripsi ini adalah **"Hubungan Bauran Pemasaran Dengan Peningkatan Jumlah Pelanggan Di Rumah Makan H.Mabmud.S"** yang diajukan sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan dan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.

Upaya yang dilakukan dalam menyelesaikan skripsi ini telah dilakukan semaksimal mungkin, tetapi penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan di dalam penyusunannya. Oleh sebab itu dengan kerendahan hati penulis memcrima segala kritik dan saran yang sifatnya membangun dari para pembaca yang tujuannya membangun kesempurnaan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa tidak akan dapat menyelesaikan skripsi ini tanpa bantuan, bimbingan dan dukungan berbagai pihak, baik secara moril maupun secara materil yang diberikan kepada penulis. Pada kesempatan kali ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih dan mempersembahkan skripsi ini untuk yang teristimewah Ayahanda Tusimin dan Ibunda Hartati tercinta yang telah membesarkan, mengasuh, mendidik dan melimpahkan kasih sayangnya sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan perkuliahan ini, tidak lupa pula

ucapan terima kasih saya ucapkan buat Abangda saya tercinta Rudi Susanto dan Endra Riadi yang telah turut memberikan doa dan dukungannya.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H.A. Ya'kub Mantondang, MM Selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Prof. Dr. H. Sya'ad afifuddin, SE, MEc, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
3. Bapak Drs. Muslim Wijaya, Msi, Selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
4. Bapak Hery Shahril SE. MSi Selaku Dosen Wali yang membimbing penulis selama masa perkuliahan.
5. Ibu Dra. Hj. Rafiah Hasibuan, MM, Selaku Pembimbing I yang telah memberikan sumbangan waktu dan pikiran dalam membimbing dan mengarahkan penulis.
6. Ibu Dra Ismaniah LKS, MMA, Selaku Pembimbing II yang telah bersedia mengoreksi skripsi penulis.
7. Bapak Ihsan Effendi, SE, Msi, Selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
8. Bapak Agustiono SE. MMA Selaku Sekretaris Meja Hijau
9. Majelis Seminar dan Meja Hijau.
10. Bapak H.Mahmud.S selaku pemilik Rumah Makan dan juga Bapak Bactiar Sembiring S.Ag selaku Manager yang telah mengizinkan penulis untuk meneliti, serta memberikan data-data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini. Dan tak lupa pula kepada seluruh responden Terima kasih atas kerjasamanya.
11. Seluruh Staff Dosen Pengajar dan Pegawai Biro Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.

12. Seluruh Teman-Teman Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Stambuk '07 pagi dan malam khususnya kepada Supriadi, Ervina, Dan Kurnia Wibowo terima kasih atas motivasi, bantuannya dan buat kebersamaanya selama kita masih sama-sama di bangku kuliah.
13. Seluruh Teman-Teman yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu dikarenakan keterbatasan waktu yang dimiliki penulis dan tetap semangat untuk terus berjuang.

Dengan segala kerendahan hati akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan memohon kepada Allah SWT untuk kesuksesan pada masa yang akan datang. Amin.

Wassalammu'alaikum Wr. Wb

Medan, April 2011
Penulis

AMIN SUGIARTI
NIM 07.832.0066

DAFTAR ISI

	Hal
RINGKASAN	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	2
C. Tujuan Penelitian	2
D. Manfaat Penelitian	2
BAB II LANDASAN TEORITIS	
A. Pengertian Pemasaran Dan Strategi Pemasaran.....	3
B. Segmentasi Pasar Dan Bauran Pemasaran	4
C. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Peningkatan Jumlah Pelanggan.....	11
D. Faktor Persaingan	13
E. Kerangka Konseptual	15
F. Hipotesis	16
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis, Lokasi Dan Waktu Penelitian	17
B. Populasi Dan Sampel.....	18
C. Defenisi Operasional Variabel.....	19

D. Jenis Dan Sumber Data.....	22
E. Teknik Pengumpulan Data.....	22
F. Teknik Analisis Data	23

BAB IV ANALISIS DAN EVALUASI

A. Sejarah Singkat Rumah Makan Mie Ayam Jamur H.Mahmud.S	26
B. Strategi Pemasaran Yang Diterapkan Rumah Makan Mie Ayam Jamur H.Mahmud.S.....	28
C. Analisis Deskriptif Bauran Pemasaran	31
D. Struktur Organisasi pada Rumah Makan Mie Ayam Jamur H.Mahmud.S	36
E. Pengujian Validitas dan Realibilitas.....	37
F. Analisis Regresi Linear Berganda	41
G. Evaluasi Pengujian Hipotesis.....	43
H. Pengujian Koefisien Determinan	46

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	48
B. Saran	49

DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 3.1 Waktu Penelitian.....	17
Tabel 3.2 Defenisi Operasional Variabel Bauran Pemasaran.....	19
Tabel 3.3 Defenisi Operasional Variabel Peningkatan Jumlah Pelanggan.....	21
Tabel 3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	31
Tabel 3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	32
Tabel 3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	32
Tabel 3.4 Distribusi Jawaban Responden Mengenai Variabel Produk.....	33
Tabel 3.5 Distribusi Jawaban Responden Mengenai Variabel Price.....	34
Tabel 3.6 Distribusi Jawaban Responden Mengenai Variabel Place.....	35
Tabel 3.7 Distribusi Jawaban Responden Mengenai Variabel Promotion.....	36
Tabel 4.11 Item-Total Statistics.....	38
Tabel 4.12 Item-Total Statistics.....	40
Tabel 4.13 Coefisients	41
Tabel 4.14 Annova.....	44
Tabel 4.15 Model Summary	46

DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	16
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Pada Rumah Makan Mie Ayam Jamur H.Mahmud.S.....	37

