

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikao rahmat dan bidayah nya kepada penulis sehingga penullis dapat menyelesaikan skripsi ini. Adapun tujuan dari pembuatan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan.

Judul skripsi yang dibuat oleh penulis adalah **“Pengaruh Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Cahaya Riwa Polyntrac”**

Dalam kesempatan ini penulis menghanturkan rasa hormat dan terima kasih yang tak ternilai kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H.A. Ya'kub Matondang, MA. Sebagai Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Prof. Dr. H. Sya'ad Afifuddin, Mec. Sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area
3. Bapak Drs. H. Miftabuddin, MBA. Sebagai pembimbing I, yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam pembuatan skripsi ini hingga selesai.

4. Bapak Agustiono, SE. MMA Sebagai pembimbing II, yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam pembuatan skripsi ini hingga selesai.
5. Bapak Ihsan Effendi, SE, Msi. Sebagai ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
6. Ibu Dra. Isnaniah LKS, MMA. Sebagai sekretaris Jurusan dan sekaligus sebagai Dosen Wali Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
7. Bapak Hery Syahrial, SE, Msi. Sebagai Pembantu Dekan 1 Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
8. Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Kedua Orang Tua (Ayahanda & Ibunda) dan kedua kakakku serta seluruh keluarga, yang telah memberikan dukungan, doa dan semangat kepada penulis sehingga skripsi ini dapat selesai.
9. Terima Kasih kepada Seluruh Dosen-Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area yang telah mendidik penulis selama di bangku kuliah.
10. Terima Kasih kepada Seluruh Staf Pegawai Fakultas Ekonomi yang telah membantu penulis dalam segala urusan hingga selesai.
11. Bapak Pimpinan dan seluruh karyawan PT. Cahaya Riwa Polyntrac Medan yang telah membantu penulis dalam pembuatan skripsi ini dan terima kasih atas kerjasamanya.

12. Untuk seseorang yang tersayang, terima kasih atas dukungan, doa dan semangatnya selama ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

13. Untuk sahabat-sahabat ku selama di bangku kuliah, khususnya untuk sahabatku Yesi, Rini, Icud, Izra, Halimah terima kasih atas dukungan dan bantuan kalian selama ini.

14. Untuk teman ku, anak-anak manajemen stambuk '07 pagi terima kasih atas dukungan dan bantuan kalian selama ini.

Akhirnya dengan menyerahkan diri kepada ALLAH SWT, penulis mohon diri, kiranya apa yang telah penulis kerjakan ini ada manfaatnya bagi diri penulis sendiri dan bagi penyusun skripsi selanjutnya sebagai bahan perbandingan. Amin.

Medan, Maret 2011

Penulis

NURUL SYANIAH

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>RINGKASAN</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	viii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan Masalah .....	2
C. Tujuan Penelitian .....	2
D. Manfaat Penelitian .....	3
<b>BAB II LANDASAN TEORITIS</b>	
A. Pengertian Pemasaran .....	4
B. Konsep Inti Pemasaran .....	5
C. Pengertian dan Unsur-Unsur Bauran Pemasaran .....	10
D. Pengertian dan Peranan Promosi .....	11
E. Jenis-Jenis Promosi .....	15
F. Bauran Promosi .....	18
G. Tujuan Promosi .....	26
H. Kerangka Konseptual .....	26
I. Hipotesis .....	27

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	28
B. Populasi dan Sampel.....	29
C. Defenisi Operasional .....	30
D. Jenis dan Sumber Data .....	31
E. Teknik Pengumpulan Data .....	31
F. Teknik Analisa Data.....	33

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. HASIL**

4.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	36
4.2 Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas.....	37
4.3 Uraian Struktur Organisasi.....	38
4.4 Penetapan Biaya Promosi.....	45
4.5 Pasar dan Pangsa Pasar.....	45
4.6 Langkah Pengembangan Promosi yang Efektif.....	48

#### **B. PEMBAHASAN**

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

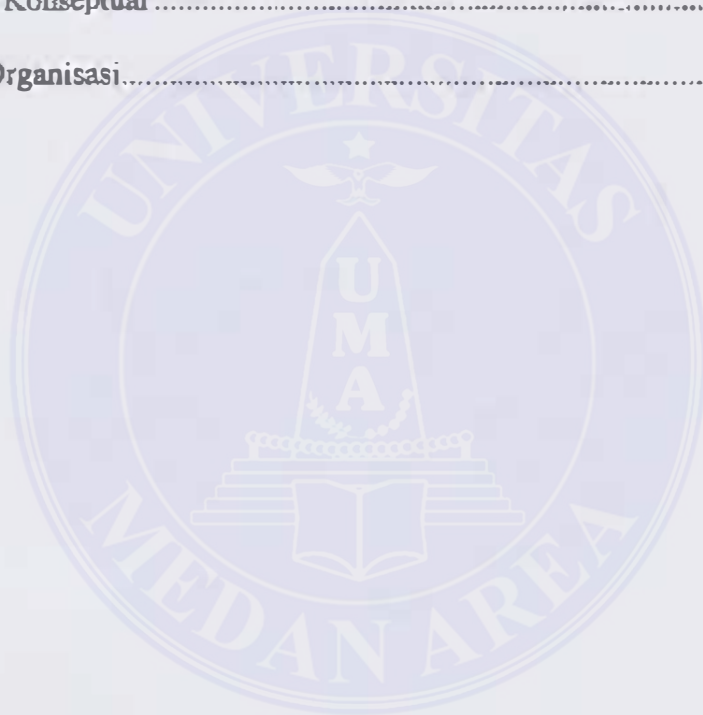
A. Kesimpulan.....	54
B. Saran.....	55

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
1. Konsep Inti Pemasaran.....	5
2. Sistem Pemasaran Sederhana.....	9
3. Keraogka Konseptual.....	27
4. Struktur Organisasi.....	44



## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
1. Rincian Waktu Penelitian.....	29
2. Instrumen Skala Likert.....	32
3. Interval Koefisien Korelasi.....	33

