

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah puji syukur kebadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Coca Cola Bottling Indonesia Medan". Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan program pendidikan S-1 Program studi manajemen pada Fakultas Ekonomi, Universitas Medan Area.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangan baik mengenai materi maupun penyajian. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sebagai upaya untuk memperbaiki skripsi ini.

Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan dorongan, bantuan, dan bimbingan selama penyusunan skripsi ini. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. A. Ya'kub Matondang, MA, selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Prof. Dr. H. Sya'ad Afifuddin . SE. MEc, selaku Dekan Fakultas

Ekonomi Universitas Medan Area, dan ketua Penguji Skripsi.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

3. Bapak Ihsan Effendi, SE, MSi, selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Universitas Medan Area.
4. Bapak Hery Syahrial, SE, Msi, selaku Dosen Pembimbing I, yang telah bersedia membimbing penulis selama penyusunan skripsi.
5. Ibu Dra. Isnaniah LKS, MMA, selaku Dosen Pembimbing II, yang telah bersedia membimbing penulis selama penyusunan skripsi. Terima kasih atas waktu, saran dan dorongan yang ibu berikan, semoga segala ketulusan dan kebaikan Ibu mendapat keberkahan dari TYME, Amin.
6. Ibu Hj. Sari Bulan Tambunan, SE, MMA, selaku ketua Meja Hijau.
7. Ibu Eka Dewi Setia Tarigan, SE, Msi, selaku Sekretaris Tim Penguji.
8. Bapak dan ibu dosen yang telah memberikan ilmu dan bimbingan kepada penulis, serta pegawai administrasi fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
9. Bapak Pimpinan dan staff PT. Coca Cola Bottling Indonesia Medan yang telah membantu dan meluangkan waktu dalam memberikan data-data yang dibutuhkan oleh peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
10. Teristimewa penulis sampaikan kepada Ayahanda Khairul Azhar dan Ibunda tercinta Fatimah atas dukungan doa serta motivasinya, terima kasih ma ...pa telah menjadi orang tua yang baik selama ini. Kepada kakanda Tety Erlisa, SPd, kakanda Zanita Sari, SE, dan juga Adinda Putri Anisari, terima kasih atas semua dukungannya, kalian adalah motivator yang terbaik bagi penulis.

11. Special buat “ Mak Aji & Bucik” terima kasih atas kasih sayang yang telah tercurahkan.
12. Terima kasih kepada teman-teman kost kak icha, kak dede terima kasih atas kebersamaannya selama ini.
13. Teman-teman stambuk '08 jurusan manajemen/A . Nanie Wd, mega bax, lenni marlina, Tika Kocil, Kiki Htg, litya sarawati Rtg, F3ani. Winda. babi2... dll, yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu terima kasih atas semangat, bantuan. kebersamaannya selama dibangku perkuliahan.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat menjadi bahan bacaan yang bermanfaat bagi pembacanya, akhir kata penulis mengucapkan terima Kasih.

Medan, Juli 2012

Penulis,

RIKA HAYATI
08.832.0071

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	4
 BAB II LANDASAN TEORITIS	
A. Tinjauan Teoritis.....	5
1. Pengertian Strategi Pemasaran.....	5
2. Jenis-Jenis Strategi Pemasaran.....	7
3. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Strategi Pemasaran..	19
4. Volume penjualan	23
5. Perkembangan Volume Penjualan	25

B. Penelitian terdahulu.....	26
C. Kerangka Konseptual	28
D. Hipotesis.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis, Lokasi, dan Waktu Penelitian	29
B. Populasi dan Sampel	30
C. Definisi Operasional	30
D. Jenis dan Sumber Data	32
E. Teknik Pengumpulan Data	32
F. Teknik Analisis Data	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian.....	42
B. Pembahasan.....	51
BAB V KESIMPULAN	
A. Kesimpulan.....	60
B. Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA	ix

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1, Perbedaan antara Publicity dan Advertising.....	17
Tabel 3.1, Waktu Penelitian	29
Tabel 4.1, Hasil Strategi pemasaran.....	50
Tabel 4.2, Penjualan.....	51
Tabel 4.3, Descriptive Statistics.....	51
Tabel 4.4, Coefficients.....	52
Tabel 4.5, Model Summary.....	54
Tabel 4.6, Anova.....	58

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	28
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	42
Gambar 4.2 Correlations.....	52
Gambar 4.3 Normal P-P Plot of regress residual	55
Gambar 4.4 Histogram.....	59

