

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH PERIKLANAN DI TELEVISI TERHADAP VOLUME PENJUALAN SEPEDA MOTOR PADA SHOWROOM TVS JALAN SETIA BUDI TANJUNG REJO MEDAN’

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh ujian akhir untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.

Telah selesainya penyusunan skripsi yang sederhana ini, tidak terlepas dari bantuan dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan kali ini penulis patut menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Syaad Afifuddin, SE, Mec selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
2. Bapak Ihsan Effendi SE, MSi selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
3. Bapak Muslim Wijaya MM Selaku Ketua Pembimbing yang telah banyak memberikan masukan.
4. Ibu Dra. Hj. Rafiah Hasibuan MM selaku Pembimbing I yang telah banyak memberikan bimbingan dan penghargaannya dalam penulisan skripsi ini.
5. Ibu Dra. Isnaniah LKS, MMA selaku Pembimbing II yang telah berkenan menyempatkan waktunya demi membantu menyempurnakan penulisan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen atas segala ilmu pengetahuan yang telah dibagikan.
7. Seluruh Staf Administrasi yang turut membantu dalam pengumpulan data dan keterangan-keterangan yang diperlukan untuk penulisan skripsi ini.

8. Bapak Mudasir selaku Pimpinan Showroom TVS Tanjung Rejo beserta semua staf dan karyawan yang telah memberikan data-data dan informasi kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terlaksana.
9. Keluarga Besar penulis yang senantiasa menjadi penyemangat untuk penyelesaian skripsi ini.

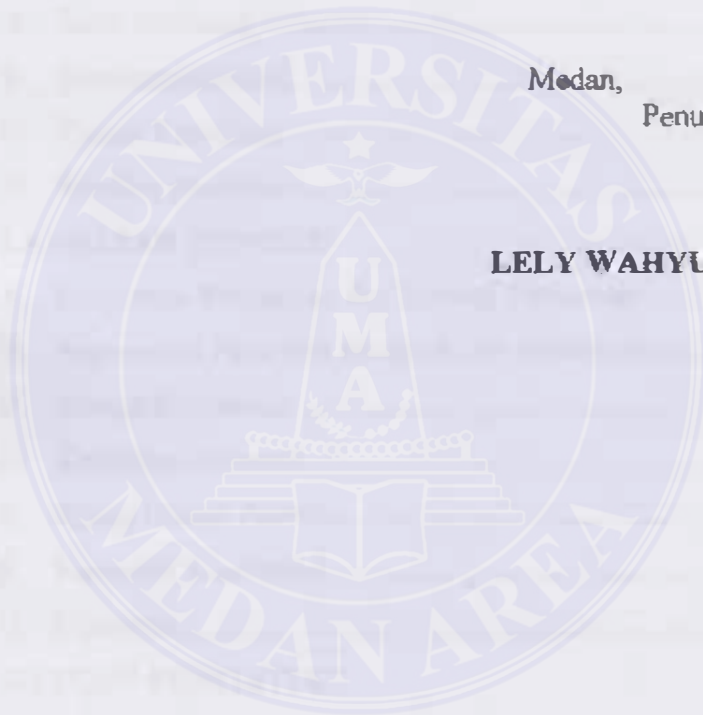
Semoga Tuhan membalas semua Amal dan kebaikan kita semua dan semoga skripsi ini dapat membawa manfaat kepada penulis dan pembaca.

Medan,

2010

Penulis

LELY WAHYUNI PASARIBU



DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	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. Pengertian Pemasaran dan Strategi Pemasaran	5
B. Segmentasi Pasar dan Faktor-faktor Penentuannya.....	7
C. Bauran Pemasaran	9
D. Kebijakan Promosi.....	14
E. Siklus Umum Produk.....	15
F. Kerangka Konseptual.....	22
G. Hipotesis	23
 BAB III: METODE PENELITIAN	
A. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian.....	24
B. Populasi dan Sampel.....	25
C. Definisi Operasional.....	25
D. Jenis dan Sumber Data.....	26
E. Teknik Pengumpulan Data	26
F. Teknik Analisis Data	28
 BAB IV : SHOWROOM TVS SETIA BUDI MEDAN	
A. Gambaran Umum Showroom TVS	30
1. Sejarah Singkat Showroom TVS	30
2. Struktur Organisasi Perusahaan	32

3. Bidang Usaha Showroom TVS	37
B. Strategi Pemasaran	38
C. Kebijakan Promosi	41
D. Pembahasan	44
E. Teknik Analisis Data	60
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	64
B. Saran	65

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Struktur Organisasi Showroom TVS Medan Tanjung Rejo	32



DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Rincian Waktu Penelitian	24
2. Definisi Operasional	26
3. Instrumen Skala Likert	27
4. Umur Responden	44
5. Jenis Kelamin Responden	45
6. Pendidikan Responden	45
7. Masa Kerja Responden	46