

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur terhadap Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karuniaNya lah penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Medan Area dengan judul :

“PERANAN PROMOSI DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA PT. KIMIA FARMA (PERSERO) Tbk, MEDAN”

Penulis menyadari akan kemampuan yang ada pada penulis, namun berkat arahan dan bimbingan dari Dosen sebagai pembimbing dan bantuan dari pihak perusahaan serta teman-teman yang selalu siap mendukung sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak H. Syahriandy SE. MSi, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
2. Bapak Drs. H. Jhon Hardy Msi, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
3. Ibu Dra. Hj. Raliah Hsb, MM selaku Pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktunya dalam perbaikan skripsi ini.
4. Ibu Dra. Winarni SP, selaku Pembimbing II yang turut mengorbankan waktunya dan tenaga untuk menuntun penulis demi kesempurnaan skripsi ini.

5. Seluruh Staf Pengajar dan Fungsionari Akademis Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area yang telah memberikan pendidikan dan bantuan kepada penulis.
6. Bapak Wahyudi Setiawan selaku Area Manager Kimia Farma yang telah membantu memberikan data-data dan keterangan yang diperlukan dalam penulisan skripsi ini.
7. Yang tercinta Ayahanda U. Manik dan Ibunda R. Butar-Butar serta Kakak dan Adik saya beserta Lemy Silaban tersayang yang telah banyak memberikao dorongan demi terselesaikannya skripsi ini.
8. Seluruh rekan-rekan, Ridwan, Naomi dan semua rekan mahasiswa yang tak bisa disebutkan namanya satu persatu yang dengan sabar dan tak jemu-jemunya memberikan dorongan dan bantuan hingga terwujudnya skripsi ini.

Mudah-mudahan dengan terwujudnya skripsi ini akan menambah pengetahuan penulis dan juga bagi para pembaca.

Medan, September 2004

Penulis,

(Jubeleum Sarjidin Manik)

DAFTAR ISI

	Halaman
RIGNKASAN	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR ISI	viii
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Alasan Pemilihan Judul	1
B. Perumusan Masalah	2
C. Hipotesa	3
D. Luas dan Tujuan Penelitian	4
E. Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data	5
F. Metode Analisis	6
BAB II. URAIAN TEORITIS	7
A. Pengertian Marketing Mix	7
B. Pengertian Promosi dan Arti Pentingnya	12
C. Jenis-Jenis Promosi	15
D. Pertimbangan-Pertimbangan Dalam Pemilihan Alat Promosi	25

BAB III. PT. KIMIA FARMA (PERSERO) Tbk. MEDAN	30
A. Gambaran Umum Perusahaan	30
B. Jenis Produk Yang Dihasilkan	41
C. Kebijakan Promosi Yang Diterapkan	42
D. Kesulitan-Kesulitan Yang Dihadapi Dalam Melaksanakan Kebijakan Promosi	46
E. Perkembangan Produksi Dan Penjualan	49
BAB IV. ANALISIS DAN EVALUASI	51
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	57
A. Kesimpulan	57
B. Saran-Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	61