

## KATA PENGANTAR



*Assalammualaikum Wr.Wb*

Dengan segala kerendahan hati, rasa syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan karunia dan rahmatNya, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana Fakultas Ekonom Jurusan Manajemen Universitas Medan Area Medan.

Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang setulusnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Aji Ya'kub Matondang, MA, selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Prof. Dr. H. Sya'ad Afifuddin, SE, MEd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
3. Bapak Hery Syahrial, SE, Msi selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
4. Bapak Ihsan Effendi, SE, Msi selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area serta Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan saran dan bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini
5. Ibu Eka Dwi Setia Tarigan, SE, Msi selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan saran dan bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini.

6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen serta staff fakultas ekonomi yang telah mengajar dan membantu penulis hingga dapat menyelesaikan perkuliahan.
7. PT. RAPP Medan yang telah membantu penulis dalam memberikan data dan informasi demi terwujudnya skripsi ini.
8. Seluruh Civitas Akademika Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area yang telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Ayahanda dan Ibunda yang telah memberikan dorongan kepada ananda dari sejak awal perkuliahan sampai selesainya pendidikan ananda.
10. Rekan-rekan mahasiswa yang telah banyak membantu dalam penyelesaian skripsi ini

*Wassalammu 'alaikum Wr. Wb*

Medan, 2012  
Penulis

(SUSANTI)

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>RINGKASAN</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vii
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	2
C. Tujuan Penelitian.....	3
D. Manfaat Penelitian.....	3
<b>BAB II : LANDASAN TEORITIS</b>	
A. Uraian Teoritis.....	4
1. Pengertian Pemasaran dan Bauran Pemasaran .....	4
2. Pengertian, Fungsi dan Tujuan Promosi .....	10
3. Bauran Promosi ( <i>Promotion Mix</i> ) dan Strateginya.....	14
4. Pengertian, Tujuan dan Manfaat Sales Promotion.....	21
5. Indikator-indikator Sales Promotion.....	25
6. Pengertian Minat Konsumen.....	26
7. Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Pelanggan .....	28
B. Kerangka Konseptual.....	29
C. Hipotesis .....	30
<b>BAB III: METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian.....	31
B. Populasi dan Sampel.....	32
<b>UNIVERSITAS MEDAN AREA</b> .....	33

D. Jenis dan Sumber Data.....	33
E. Teknik Pengumpulan Data .....	34
F. Teknik Analisis Data .....	35
<b>BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Hasil Penelitian .....	39
1. Deskripsi Data Perusahaan .....	39
2. Struktur Organisasi Perusahaan .....	43
3. Uraian Tugas dan Tanggung Jawab .....	45
4. Penyajian Data Responden Penelitian .....	47
5. Penyajian Data Angket Responden.....	49
B. Pembahasan.....	59
1. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	59
2. Analisis Regresi Linier Sederhana.....	61
3. Uji Hipotesis .....	62
4. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	63
<b>BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan .....	66
B. Saran .....	66
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Gambar 2.1 Antara Evaluasi Alternatif dan Keputusan Pembelian .....	27
2. Gambar 2.2 Kerangka Konseptual.....	30
3. Gambar 4.1. Struktur Organisasi PT. RAPP Indonesia Medan.....	44



## DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Tabel 3.1 Rincian Waktu Penelitian.....	31
2. Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel.....	34
3. Tabel 3.3 Instrumen Skala Likert.....	35

