

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan yang Maha Esa yang telah memberikan kesehatan lahir dan bathin kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi di Universitas Medan Area.

Penulis dalam kesempatan ini menyadari sepenuhnya bahwa tulisan ini masih benar – benar jauh dari sempurna, dan masih banyak ditemui kekurangan serta kejanggalan di sana – sini, oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis menginginkan kritik dan saran yang sifatnya konstruktif dari para pembaca untuk sempurnanya tulisan ini.

Pada kesempatan ini juga penulis dengan segala kerendahan hati tidak lupa mengucapkan terimakasih yang sebesar – besarnya kepada:

1. Bapak Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak H. Syahriandy, SE, MSi, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
3. Bapak Drs. H. Jhon Hardy, Msi, selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Medan Area.
4. Bapak H. Miftahuddin, MBA selaku Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

5. Ibu Dra. Isnaniah, LKS selaku Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk mengoreksi skripsi penulis.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen yang telah mengajar penulis dari sejak awal perkuliahan hingga dapat menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
7. Bapak Pimpinan PT. PT. Sepatu Bata Tbk Medan beserta staf perusahaan yang telah bersedia menerima penulis untuk mengambil data guna penyelesaian skripsi ini.
8. Segenap staf tata usaha Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area yang telah memberikan bantuan dan pelayanan administrasi kepada penulis.
9. Rekan – rekan mahasiswa yang telah memberikan dorongan moril kepada penulis untuk penyelesaian skripsi ini.
10. Teristimewa kepada orang tua ku yang telah membesarkan dan telah banyak memberikan dorongan moril serta materi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Akhirnya semoga Tuhan Yang Maha Esa memberkati dan memberikan karunia Nya kepada kita semua. Amin.

Medan 2004

Penulis

(Evaluasi)

DAFTAR ISI

Halaman

| | |
|---|----------|
| RINGKASAN | i |
| KATA PENGANTAR | vi |
| DAFTAR ISI | viii |
| DAFTAR GAMBAR | x |
| DAFTAR TABEL | xi |
| | |
| BAB I: PENDAHULUAN | 1 |
| A. Alasan Pemilihan Judul | 1 |
| B. Perumusan Masalah | 2 |
| C. Hipotesis | 2 |
| D. Luas dan Tujuan Penelitian | 3 |
| E. Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data | 3 |
| F. Metode Analisis | 4 |
| | |
| BAB II: LANDASAN TEORITIS | 6 |
| A. Pengertian Pemasaran Dan Manajemen Pemasaran | 6 |
| B. Bauran Pemasaran | 9 |
| C. Jenis – Jenis Strategi Pemasaran | 17 |
| D. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Strategi Pemasaran | 20 |
| E. Pasar Sasaran Dan Posisi Pasar | 24 |

| | | |
|-----------------------|---|-----------|
| BAB III : | PT. SEPATU BATA TBK CABANG MEDAN | 27 |
| | A. Gambaran Umum Perusahaan | 27 |
| | B. Pasat Sasaran Dan Posisi Pasar | 36 |
| | C. Strategi Pemasaran Yang Diterapkan | 37 |
| | D. Target Dan Realisasi Penjualan 40 | |
| | E. Hambatan - Hambatan Yang Dihadapi | 43 |
| BAB IV : | ANALISIS DAN EVALUASI | 45 |
| BAB V : | KESIMPULAN DAN SARAN | 53 |
| | A. Kesimpulan | 53 |
| | B. Saran | 54 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 56 |