

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayahnya yang telah memberikan kesehatan dan keselamatan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.

Dengan keterbatasan ilmu dan kemampuan yang ada, maka penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu penulis dengan rendah hati akan menerima segala kritikan dan saran yang sifatnya dapat membangun kesempurnaan skripsi ini.

Pada kesempatan ini penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Drs. H. Syahriandy, Msi sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
2. Bapak Drs. Jhon Hardy, Msi sebagai ketua jurusan sekaligus sebagai pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Dra. Isnaniah Lks sebagai pembimbing II, yang telah sudi mengarahkan dan membeni pelunjuk kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Drs. Zainal Abidin sebagai ketua sidang dan Ibu Linda Lores, SE sebagai sekretaris.

5. Bapak pimpinan dan seluruh karyawan PD Pasar Kota Medan yang telah memberikan data-data serta pengarahan dan segala keperluan dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Seluruh pimpinan, staff pengajar dan pegawai tata usaha pada Universitas Medan Area yang telah membantu penulis dalam hal yang berhubungan dengan administrasi perkuliahan dan penyusunan skripsi ini
7. Teristimewa kepada keluarga saya yang telah memberikan dukungan baik secara moril dan materil
8. juga sahabat-sahabatku yang telah memberikan bantuan dan dukungannya
- 9.

Medan, April 2004

Penulis

Syapruddin Nasution

DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL,	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Alasan Pemilihan Judul	1
B. Perumusan Masalah	2
C. Hipotesis	3
D. Luas dan Tujuan Penelitian	3
E. Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data	4
F. Metode Analisis	5
BAB II : LANDASAN TEORITIS	
A. Konsep Pemasaran dan Pemasaran Strategis	7
B. Segmentasi Pasar dan Penentuan Sasaran Pasar	23
C. Perencanaan dan Penyusunan Anggaran Pemasaran	27
D. Bauran Pemasaran	36
BAB III : PERUSAHAAN DAERAH PASAR KOTA MEDAN	
A. Gambaran Umum Perusahaan	45

1. Sejarah Singkat	45
2. Struktur Organisasi	48
3. Bidang Usaha	56
B. Konsep dan Sistem Pemasaran	57
C. Segmentasi Pasar dan Penentuan Pasar Sasaran	60
D. Penyusunan Anggaran Pemasaran	61
E. Bauran Pemasaran	65
F. Rencana dan Realisasi Penjualan Kios dan Stand	66
BAB IV : ANALISIS DAN EVALUASI	69
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	73
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	