

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari, 2004, **Manajemen Pemusaran Dan Pemasaran Jasa**, Edisi Revisi, Cetakan Kelima. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Arikunto, Suharsimi, 2007, **Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek**, Edisi Revisi V, Rineka Cipta, Jakarta.
- Dharmesta dan Irawan, 2005, **Manajemen Pemasaran Modern**. Edisi Kedua, Yogyakarta : Liberty.
- Firdaus, Muhammad, 2008, **Manajemen Agribisnis**, Edisi Satu, Cetakan Pertama. Penerbit Bumi Aksara, Jakarta.
- Gunawan Santosa, 2004, **Statistik**, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Irianto. Anton, 2006, **Born to Win Sukses Menjual Steps to be a Sales Master**. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kasmir dan Jakfar, 2003, **Studi Kelayakan Bisnis**, Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Penerbit Prenada Media, Jakarta.
- Kotler Philip, 2005, **Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol**, Edisi Millenium, Penerbit PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip, 2002, **Manajemen Pemasaran**. Edisi Revisi, PT Prenhallindo, Jakarta.
- Macbfoedz, Mahmud, 2005, **Pengantar Pemasaran Modern**. Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Penerbit UPP AMP YKPN, Yogyakarta.
- Maman, Ukas, 2005, **Pengantar Bisnis Ilmu Menjual**, Edisi Revisi, Bumi Aksara. Jakarta.
- Rangkuti, Freddy, 2009, **Strategi Promosi Yang Kreatif**. Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Penerbit Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Saladin, Djaslim, 2003, **Manajemen Pemasaran**. Edisi Keempat, Bandung : Linda Karya.
- Setiadi, Nugroho. 2003, **Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran**, Prenada Media, Jakarta.
- Subagyo Ahmad, 2010, **Marketing In Business**, Edisi Pertama, Penerbit Mitra Wacana Media. Jakarta.

Sugiyono. 2008, **Metode Penelitian Pendidikan**, Cetakan kelima, Alfabeta, Bandung.

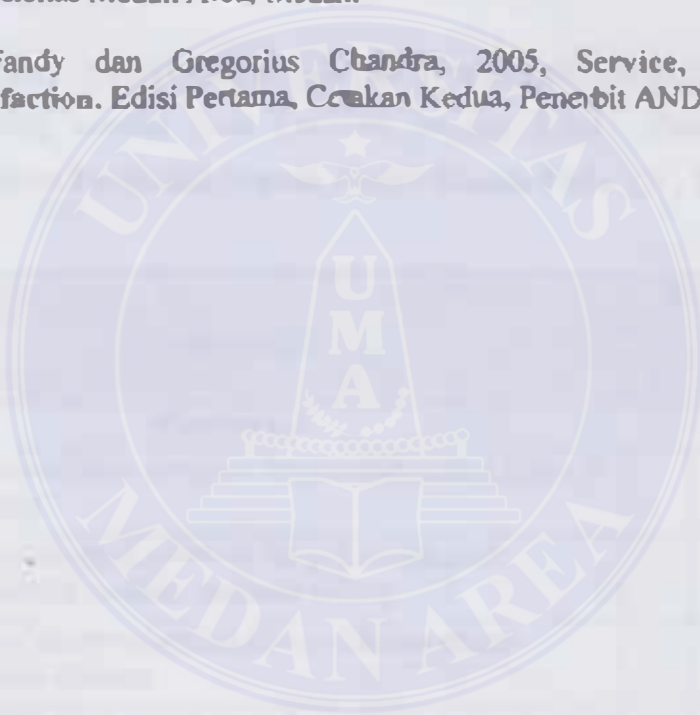
Sutisna & Teddy Pawita. 2003, **Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran**, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.

Sutojo, Siswanto, 2009, **Manajemen Pemasaran**, Edisi Kedua, Penerbit Damar Mulia Pustaka, Jakarta.

Swastha Basu dan Irawan, 2003. **Manajemen Pemasaran Modern**, Cetakan Kedelapan, Edisi ketiga, Liberty, Yogyakarta.

Tim Penyusun, 2008, **Pedoman Penulisan Skripsi**, Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area, Medan.

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2005, **Service, Quality dan Satisfaction**. Edisi Pertama, Cetakan Kedua, Penerbit ANDI, Yogyakarta.



LAMPIRAN

DAFTAR WAWANCARA

IDENTITAS RESPONDEN

No. Responden	:	
Nama	:	
Jabatan	:	

PETUNJUK :

Jawablah pernyataan berikut dengan baik dan jujur dengan memberi tanda silang (x) pada kolom yang tersedia pada kuesioner dengan judul : **Pengaruh Promosi Terhadap Tingkat Penjualan Sepeda Motor Honda Pada CV. Indako Trading Co. Medan.**

No.	Pernyataan	Jawaban dan Skor				
		SS	S	R	KS	TS
		5	4	3	2	1
X	PROMOSI					
1	Perusahaan melakukan promosi dengan memasang iklan di berbagai media					
2	Perusahaan melakukan promosi dengan melakukan penyebaran brosur melalui personal selling					
3	Perusahaan selalu memberikan diskon khusus dalam periode-periode tertentu					
4	Perusahaan ikut serta dalam penyelenggaraan event tertentu sebagai sponsor					
5	Perusahaan selalu mengikuti sebagai peserta dalam berbagai pameran otomotif					
6	Perusahaan menyelenggarakan kegiatan tertentu dengan biaya sendiri dalam mempromosikan produk-produk honda terbaru					
7	Promosi yang dilakukan melalui periklanan dibuat semenarik mungkin					
8	Promosi yang dilakukan selalu direncanakan terlebih dahulu					

No.	Pernyataan	Jawaban dan Skor				
		SS	S	R	KS	TS
		5	4	3	2	1
Y	TINGKAT PENJUALAN SEPEDA MOTOR					
1	Produk Honda dapat memenuhi kebutuhan transportasi konsumen					
2	Masyarakat telah banyak mengetahui informasi tentang kualitas produk Honda					
3	Konsumen membeli produk Honda karena kualitas dan promosi Honda yang lebih mengesankan dibandingkan produk lain yang sejenis					
4	Sampai saat ini setiap konsumen tetap merasa puas menggunakan sepeda motor Honda					
5	Konsumen tertarik untuk membeli produk Honda karena adanya paket-paket dalam promosi yang lebih menarik dibandingkan dengan promosi merek lain					
6	Konsumen memilih Honda karena mudah dalam mendapatkan sparepartnya					
7	Penjualan sepeda motor selalu meningkat dari tahun ke tahun					
8	Peningkatan penjualan selalu terjadi setelah adanya event dan diskon khusus					

Keterangan :

SS = Sangat Sesuai dengan skor 5
S = Sesuai dengan skor 4
R = Ragu dengan skor 3
KS = Kurang Sesuai dengan skor 2
TS = Tidak Sesuai dengan skor 1