

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas hikmah dan karunia-Nya, sehingga Penulis dapat menyelesaikan Sskripsi. Untuk memenuhi syarat-syarat dan melengkapi Tugas-tugas dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini, masih jauh dari kesempurnaan, disesuaikan kemampuan pengalaman dan ilmu pengetahuan yang dimiliki penulis sangat terbatas.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya, kepada semua pihak yang telah membantu penulis menyusun Skripsi ini, khususnya kepada :

1. Bapak Prof.Dr.H.A.Ali Ya'kup Matondang,MA selaku Rektor UMA
2. Bapak Dr.h.Sya'ad Afifuddin, SE,Mec, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area
3. Bapak Ihsan Effendi, SE,Msi selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area
4. Ibu Dra.Hj.Rafiah Hasibuan,MM selaku Pembimbing Sidang Meja Hijau
5. Bapak Herry Syahrial,SE,Msi, selaku Pembimbing Sidang Meja Hijau
6. Bapak Drs.Miftauddin, MBA, selaku Ketua Sidang Meja Hijau
7. Kedua Orangtua Penulis yang telah membesarkan dan membiayai sehingga dapat menyelesaikan pendidikannya
8. Ibu Linda Lorens SE,Msi, selaku Dosen Universitas Medan Area yang telah memberikan dorongan untuk menyelesaikan Skripsi Penulis
9. Ibu Eka Dewi Tarigan SE, selaku Dosen Universitas Medan Area yang telah memberikan dorongan untuk menyelesaikan Skripsi Penulis
10. My Friends Tince, Ovi,Susan, thanks atas bantuannya, sehingga Penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini.

## DAFTAR ISI

RINGKASAN.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	iv
DAFTAR TABEL.....	v

### BAB I PENDAHULUAN

A. Alasan Pemilihan Judul.....	1
B. Perumusan Masalah.....	3
C. Hipotesis.....	3
D. Luas dan Tujuan Penelitian.....	4
E. Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data .....	5
F. Metode Analisis.....	6

### BAB II LANDASAN TEORITIS

A. Pengertian dan Fungsi Promosi.....	7
B. Bentuk-bentuk promosi dalam media promosi.....	9
C. Faktor-faktor yang mempengaruhi promosi.....	13
D. Prosedur dan Problema Umum Penjualan Kredit.....	21

BAB III	PT. FEDERAL INTERNATIONAL FINANCE BINJAI	
	A. Gambaran Umum Perusahaan.....	24
	B. Kebijakan Promosi yang diterapkan.....	39
	C. Pemilihan Media-media promosi.....	46
	D. Beberapa faktor yang mempengaruhi Kebijakan promosi.....	47
	E. Prosedur dan Problema Umum Penjualan Kredit.....	50
	F. Hambatan-hambatan yang dihadapi.....	54
BAB IV	ANALISIS DAN EVALUASI.....	56
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
	A. Kesimpulan.....	63
	B. Saran.....	64
	DAFTAR PUSTAKA.....	65
	LAMPIRAN.....	66

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Hal</b>
I. Siklus umum produk.....	20
II. Struktur organisasi PT. Federal International Fimance.....	27

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran</b>	<b>Hal</b>
I. Pedoman dasar logo FIF.....	67
II. Penghargaan PT. Federal International Finance.....	69
III. Periklanan yang dilakukan FIF.....	73
IV. Pameran yang dilakukan FIF.....	77

## DAFTAR TABEL

Tabel	Hal
I. Tabel kegiatan promosi yang dilakukan FIF.....	57
II. Tabel harga angsuran yang dijual secara kredit.....	79

