

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum. Wr. Wb.

Dengan segala kerendahan hati, Syukur Alhamdulillah Penulis persembahkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan KaruniaNya kepada Penulis sehingga pembuatan karya ilmiah dalam bentuk skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan di Universitas Medan Area Skripsi ini berjudul "Analisis Prospek Bauran Pemasaran Mobil Grand Max Pada PT. Capella Medan".

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak memiliki kekurangan dan kesalahan. Untuk itu, dengan terbuka Penulis menerima kritik dan saran yang bersifat membangun dan mengembangkan ilmu pengetahuan di masa mendatang dan demi kesempurnaan skripsi ini.

Dalam kesempatan ini, Penulis menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu selama Penulis menjalani masa perkuliahan dan penulisan skripsi ini, terutama kepada kedua orangtuaku yang beserta seluruh keluarga yang selalu mendoakan dan memberi motivasi dan dukungan secara moril kepada Penulis.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Sya'ad Afifuddin, SE, M.ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area
2. Bapak Hery Syahril, SE, Msi, selaku Pembantu Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area
3. Bapak Ihsan Effendi, SE, Msi, selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Medan Area
4. Bapak Drs. Miftahuddin, MBA, selaku pembimbing I yang telah banyak memberi masukan yang berguna dalam menyelesaikan skripsi
5. Bapak Agustiono, SE, MMA selaku pembimbing II yang telah banyak memberikan motivasi dan saran bermanfaat dalam menyelesaikan skripsi
6. Bapak dan Ibu Dosen serta seluruh staff administrasi Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area
7. Bapak Pimpinan serta staff PT. Capella Medan yang telah memberikan kesempatan dan waktu untuk melaksanakan riset.
8. Rekan se-Almamater

Dengan segala kerendahan hati, Penulis mengharapkan semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan dan membutuhkannya. Amin Ya Rabbal Alamin.

Medan, Mei 2012

Penulis

Lydia Sarawaty Ritonga

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
BAB I: PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II: LANDASAN TEORI	
A. Uraian Teoritis.....	5
1. Pengertian Pemasaran.....	5
2. Strategi Pemasaran.....	7
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pemasaran.....	9
4. Pengertian Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	13
B. Volume Penjualan.....	24
1. Pengertian Volume Penjualan.....	24

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Volume Penjualan	25
C. Kerangka Konseptual.....	27

BAB III: METODE PENELITIAN

A. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian.....	28
B. Populasi dan Sampel.....	29
C. Defenisi Operasional.....	30
D. Jenis dan Sumber Data.....	31
E. Teknik Pengumpulan Data.....	31
F. Teknik Analisis Data.....	32

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil.....	33
B. Pembahasan.....	50

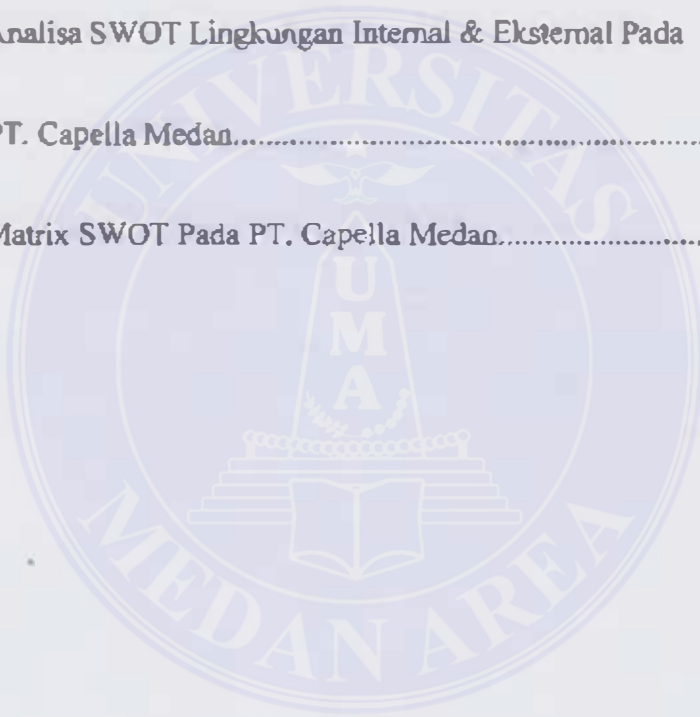
BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	65
B. Saran.....	66

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1: Jadwal Penelitian.....	29
Tabel 4.1: Penjualan Grand Max Tahun 2008 s/d 2010.....	49
Tabel 4.2: Analisa SWOT Lingkungan Internal & Eksternal Pada PT. Capella Medan.....	57
Tabel 4.3: Matrix SWOT Pada PT. Capella Medan.....	60



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1: Kerangka Konseptual.....	27
Gambar 4.1: Struktur Organisasi PT. Capella Medan.....	37

