

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Alhamdulillah dan memanjatkan puji syukur yang sebesar-besarnya kehadiran Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Medan Area.

Skripsi ini merupakan tugas akhir yang harus diselesaikan guna memenuhi syarat penyelesaian program studi S-1 pada Fakultas Ekonomi Medan Universitas Medan Area dengan judul Penulis selama melakukan penelitian dan menyusun skripsi ini memperoleh bantuan moril dan meteril dari berbagai pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ali Ya'kub Matondang, Ma, selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Prof. Dr. H. Sya'ad Afifuddin, SE. MEd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
3. Bapak Hery Syarial, SE, MSi selaku wakil Dekan 1 Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
4. Bapak Usan Effendi, SE, MSi selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
5. Bapak Drs. H. Miftahuddin, MBA, selaku Dosen pembimbing I yang telah banyak memberikan saran dan bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Ibu Dharma Rosalina SE, MSi, selaku Dosen Pembimbing II yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.

7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen serta staff fakultas ekonomi yang telah mengajar dan membantu penulis hingga dapat menyelesaikan perkuliahan.
8. Bapak Pimpinan dan staff PT. Tirta Investama Medan, yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk melakukan penelitian dan memperoleh data-data PT.Tirta Investama Medan.
9. Teristimewa penulis ucapkan terima kasih yang tak terhingga buat ayahanda B. Basri dan Ibunda Kasmir yang dengan penuh kasih sayang membesarkan, mendoakan dan berkorban demi masa depan penulis.
10. Keluarga besar Kasim dan Kasinah, penulis ucapkan banyak-banyak terima kasih karena telah memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
11. Bang syapri dan keluarga terima kasih atas segala bantuan dan saran yang diberikan kepada penulis selama melakukan penelitian skripsi ini.
12. Spesial buat sahabat penulis Ida Sri Wardani, Undab wahyu Sasmita, Eki Meiske terima kasih atas motivasi, semangat yang besar dan kebersamaan kita selama ini.
13. Teristimewa buat sahabatku yang lebih dahulu di panggil Alm. Hadi Putra, terimakasih telah banyak membantu penulis
14. Spesial buat pacar penulis Sopyan Syahputra, terimakasih atas dukungannya.
15. Buat teman kost penulis Anisah, Tri widya Astuti dan Fazar Novita Afri,
16. Seluruh Mahasiswa FE UMA jurusan Manajemen stambuk 08 “ ani, kak ade, hafimah santi, devi, made, erick, alm hadi, edi. mean, tika, dewi dan masih banyak lainnya yang tidak bisa penulis ucapkan satu persatu,

terimakasih untuk segala cerita, suka, duka dan segala kenangan manis selama masa perkuliahan.

17. Buat group " HATORY" (Alm Hady putra, joko Purnomo, Khairudin Purwoko, Parasian, Seno, Anisah, Suriani cahaya, Halimatus sa'diyah Nst. Susanti, Devi anggraini, Darul, Dayat, Simon. Solihin)

Seperi pepatah yang mengatakan " tak ada gading yang tak retak", demikian juga halnya penulis tidak lepas dari kesalahan dalam menyusun skripsi ini, untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang dapat menyempurnakan skripsi ini. Akhir kata semoga Allah SWT melimpahkan karunia-Nya kepada kita semua, dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembacanya.

Medan, Juli 2012-7-14

Penulis

Aricha Chelvi Hariani

DAFTAR ISI

RINGKASAN	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	4
BAB II : LANDASAN TEORITIS	
A. Uraian Teoritis	5
1. Pengertian dan fungsi manajemen pemasaran.....	5
2. Definisi dan Unsur-Unsur Bauran Pemasaran.....	6
3. Pengertian harga dan strategi penetapan harga.....	7
4. Tujuan Penetapan Harga	9
5. Bahan Pertimbangan Penyusunan Strategi Harga.....	11
6. Definisi dan tujuan promosi.....	15
7. Bauran Promosi.....	18
B. Penelitian Terdahulu.....	22
C. Kerangka Konseptual	23
D. Hipotesis	24
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian	25
B. Populasi dan Sampel	26
C. Definisi Operasional	26
D. Jenis dan Sumber Data	28
E. Teknik Pengumpulan Data	28
F. Teknik Analisis Data	29

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian.....	32
1. Sejarah singkat PT. Tirta Investama Tbk.....	36
2. Sejarah PT.Tirta Investama Medan.....	36
3. Visi dan Misi PT. Tirta Investama Medan.....	36
4. Struktur organisasi perusahaan.....	37
5. Misi depo PT. Tirta Investama Medan.....	40
6. Focus depo.....	40
7. Harga Jual produk.....	41
8. Pelaksanaan Promosi di PT. Tirta Investama Medan.....	42
9. Hasil penjualan.....	43
B. Pembahasan.....	44
1. Analisa Descriptive Statistik.....	45
2. Analisis Regresi Berganda.....	46
3. Uji Asumsi klasik.....	48
a. Uji Autokorelasi.....	48
b. Uji heterokestisitas.....	48
4. Uji Hipotesis.....	51
a. Uji t (parsial).....	51
b. Uji F (simultan).....	52
c. Uji R^2 (R squer).....	53

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	54
B. Saran.....	55

DAFTAR PUSAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Kerangka Konseptual.....	23
Gambar IV.1 Struktur Organisasi perusahaan.....	37
Gambar IV.2 Scatterplot.....	49



DAFTAR TABEL

Tabel III.1 Rincian Waktu Penelitian.....	24
Tabel III.2 Definisi Operasional Variabel.....	26
Tabel IV.1 Harga jual produk mizone.....	41
Tabel IV.2 Biaya Promosi Produk Mizone.....	43
Tabel IV.3 Hasil penjualan produk mozone.....	43
Tabel IV.4 Harga, Biaya Promosi dan volume penjualan.....	45
Tabel IV.5 Descriptive Statistics.....	46
Tabel IV.6 Analisis Regresi Linier Berganda.....	47
Tabel IV.7 Model Summary.....	48
Tabel IV.8 Correlation.....	50
Tabel IV.9 Coefficients (a).....	52
Tabel IV.10 Anova (b).....	53
Tabel IV.11 Koefisien Determinasi.....	54