

## KATA PENGANTAR



*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Alhamdulillah puji syukur kebadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pelaksanaan Sales Promotion yang Efektif Guna Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Tropica Mas Medan". Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan program pendidikan S-1 Program studi manajemen pada Fakultas Ekonomi, Universitas Medan Area.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangan baik mengenai materi maupun penyajian. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sebagai upaya untuk memperbaiki skripsi ini.

Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan dorongan, bantuan, dan bimbingan selama penyusunan skripsi ini. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. A. 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 dan Dosen Pembimbing I, Terima kasih atas waktu, saran dan dorongan yang Bapak berikan , semoga segala ketulusan dan kebaikan Bapak mendapat keberkahan dari TYME, Amin.
3. Bapak Ihsan Effendi, SE, MSi, selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Universitas Medan Area.
4. Bapak Nur Ridha ,SE ,Msi selaku Dosen Pembimbing II, yang telah bersedia membimbing penulis selama penyusunan skripsi.
5. Bapak Hery Syahrial, SE, MSi, Selaku Ketua Tim Penguji Sidang Meja Hijau beserta Ibu Dhian Rosalina, SE, MM, selaku Sekretaris, yang telah bersedia meluangkan waktu dan bantuan untuk penulis melaksanakan ujian seminar proposal dan ujian siding meja hijau .
6. Bapak dan ibu dosen yang telah memberikan ilmu dan bimbingan kepada penulis, serta pegawai administrasi fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
7. Bapak Pimpinan dan staff PT. Tropica Mas Medan yang telah membantu dan meluangkan waktu dalam memberikan data-data yang dibutuhkan oleh peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
8. Teristimewa penulis sampaikan kepada Ayahanda Zainul Amri dan Ibunda tereinta Ijah Riani atas dukungan doa serta motivasinya. Terima kasih ma... pa telah menjadi orang tua yang baik selama ini. Kepada Abang

Amrizal, Kakanda Sri Purnama, Kakanda Zwin Elfin, Abang Edi Prayetno, dan juga Kakanda Eni Azriani, terima kasih atas semua dukungannya, kalian adalah motivator yang terbaik bagi penulis.

9. Special yang tersayang H. Azhary, S.Kom terima kasih atas kasih sayang serta dukungannya yang telah tcurahkan.

10. Teman-teman stambuk '08 Jurusan Manajemen/A, Rika Hayati, Monalisa Sebayang, Mega Batax, Lenni Marlina, Tika Kocil, Kiki Htg, Lidya Sarawati Rtg, F3ani, Winda, Habi2..., Ria Fauziah, Wiko Setiawan, Ahmad Bayu, Marlina Agustina Ambarita dll, yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu terima kasih atas semangat, bantuan, kebersamaannya selama dibangku perkuliahan.

Demikianlah yang dapat penulis sampaikan , penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan baik dari segi isi maupun sistematika penulisan. Oleh karena itu, dengan senang hati penulis menerima kritik dan saran yang bersifat membangun , untuk perbaikan skripsi ini. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih.

Medan, Mei 2012

Penulis

**Sefti Zwi Yanti**

**NIM : 088320067**



## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A . Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian.....	4
E. Manfaat Penelitian.....	4
<b>BAB II : URAIAN TEORITIS</b>	
A. Landasan Teoritis.....	5
1. Pengertian Promotion .....	5
2. Sales Promotion.....	10
3. Strategi Penjualan .....	17
4. Pengertian Penjualan .....	18
5. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penjualan .....	19
6. Jenis-jenis Penjualan.....	20
B. Kerangka Konseptual.....	22

C. Hipotesis.....	23
<b>BAB III : METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis, Lokasi, dan Waktu Penelitian.....	24
B. Populasi dan Sampel.....	25
C. Defenisi Operasional.....	25
D. Jenis dan Sumber Data.....	26
E. Teknik Pengumpulan Data.....	27
F. Teknik Analisis Data.....	28
<b>BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Hasil Penelitian.....	30
B. Pembahasan.....	36
<b>BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan.....	38
B. Saran.....	44
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>x</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>xi</b>

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
<b>Tabel III.1 : Jadwal Penelitian.....</b>	<b>24</b>
<b>Tabel III.II : Definisi Operasional Variabel.....</b>	<b>26</b>



## DAFTAR GAMBAR

	<b>Balaman</b>
<b>Gambar II.1 : Kerangka Konseptual.....</b>	<b>23</b>
<b>Gambar IV.1 : Struktur organisasi Perusahaan PT. Tropica Mas Medan....</b>	<b>32</b>



## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
1. Tabel Nilai Distribusi T.....	xii
2. Tabel Nilai r.....	xiii
3. Kuesioner variabel X.....	xiv
4. Kuesioner Variabel Y.....	xv

