

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 “Pengaruh Antara Biaya Promosi Dengan Tingkat Penjualan air mineral aQua pada PT Tirta Investama Medan.”

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 I Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area,
4. Bapak Ihsan Effendi, SE, Msi, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area
5. Ibu Dhian Rosalina, SE,MM, selaku Sekretaris yang telah menyempurnakan skripsi ini.
6. Bapak Drs. H. Miftahuddin, MBA, selaku Dosen pembimbing I yang telah banyak memberikan saran dan bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini.

7. Bapak H. Syahriandy, SE, M Si, selaku Dosen Pembimbing II yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen serta staff fakultas ekonomi yang telah mengajar dan membantu penulis hingga dapat menyelesaikan perkuliahan.
9. 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.
10. Teristimewa penulis ucapkan terima kasih yang tak terhingga buat ayahanda Darmawan Singarimbun dan Ibunda Maulahany yang dengan penuh kasih sayang membesarkan, mendoakan dan berkorban demi masa depan adinda.
11. Bang syapri dan keluarga terima kasih atas segala bantuan dan saran yang diberikan kepada penulis selama melakukan penelitian skripsi ini.
12. Spesial buat sobat penulis Aricha Chelvi Hariani, Dwi Putri Octalya, Ramadhani, dan Anisah terima kasih atas motivasi, semangat yang besar dan kebersamaan kita selama ini.
13. Buat team touring penulis group "HATORY" (Harukichi Hachirobey, Quenzha_keyz, H5, Devi anggraini, Shanty Yourall, Didien Bluelover, Jodie Poemomo, Eno Es, Ian Atmaja, Erikson, Made Bontotz) dan khususnya buat ketua team group "Hatory" Penulis Alm. Hady Putra, yang selama ini telah bersama-sama melewati cerita suka duka dan selalu memberikan support dan mendukung penulis hingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini, *"We Life is an Adventure"*
14. Buat teman-teman seperjuangan anak Manajemen stambuk "08 khususnya Kak ade, Iccm, Devi, Shanty, Halimatus sa'diah dan yang lainnya yang tidak bisa penulis sebuti satu persatu *"u are the best my friend"*

Seperti 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,.....2012

Penulis

Suriani Cahaya



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	3
BAB II : LANDASAN TEORITIS	
A. Uraian Teoritis	4
1. Pengertian dan fungsi Pemasaran	4
2. . Bauran Pemasaran	5
3. Pengertian Promosi	7
4. Bauran Promosi	7
5. Fungsi Promosi	19
6. Tujuan Promosi	20
7. Faktor-faktor yang mempengaruhi promosi	22
8. Pengertian biaya dan metode penentuan biaya promosi	25
B. Kerangka Konseptual	27
C. Hipotesis	27

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian	28
B. Definisi Operasional.....	29
C. Jenis dan Sumber Data	30
D. Teknik Pengumpulan Data.....	30
E. Teknik Analisa Data	31

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan	34
1. Sejarah Singkat Perusahaan	34
2. Struktur Organisasi Perusahaan	39
3. Uraian dan Tugas Perusahaan	40
4. Sumber-Sumber Pendapatan dan Biaya	42
5. Penyusunan Anggaran di PT. Tirta Investama Medan	42
B. Pembahasan	
1. Kebijakan Promosi yang dilakukan oleh Perusahaan	44
2. Analisis Regresi Linier Sederhana	46
3. Uji Heteroskedastisitas	48
4. Uji Normalitas	49
5. Pengujian Koefisien Kolerasi (R)	50
6. Uji t.....	51

BAB V: Kesimpulan dan Saran

A. Kesimpulan.....	54
B. Saran.....	56

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Bagan Bauran Pemasaran.....	6
Gambar 2.2. Kerangka Konseptual	27
Gambar 4.1. Struktur Organisasi.....	39
Gambar 4.2. Scatterplot.....	49



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Rincian Waktu Penelitian.....	29
Tabel 4.1. Biaya Promosi dan Tingkat Penjualan	45
Tabel 4.2. Analisis Regresi Linier Sederhana.....	47
Tabel 4.3. One Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	52
Tabel 4.4. Model Summary	51
Tabel 4.5 Hasil Uji t Hitung.....	52

