

## KATA PENGANTAR

Syukur dan terima kasih penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan berkat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul *“Kebijakan Promosi Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Bhandha Ghara Reksa (Persero) Cabang Medan”*.

Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian skripsi ini, yang dimulai sejak pembuatan proposal penelitian hingga pembuatan laporan akhir dalam bentuk skripsi, tidak terlepas dari bantuan banyak pihak. Bantuan tersebut baik berupa saran dan kritik yang menambah wawasan maupun dukungan moril serta semangat penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Untuk kesempatan ini, penulis menyampaikan rasa penghargaan dan terima kasih kepada :

1. Bapak Drs.H. Syahriandy, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
2. Bapak Drs. H.Jhon Hardy M.Si, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area yang telah banyak memberikan kemudahan dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Ibu Dra. Hj. Rafiah Hasibuan, MM selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan serta bahan-bahan referensi kepada penulis sehingga dapat menambah wawasan pengetahuan penulis.

4. Ibu Dra. Isnaniah Laili KS selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan, petunjuk dan dorongan dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Pimpinan beserta seluruh karyawan PT. Bhandha Ghara Rekha (Persero) Cabang Medan yang telah memberikan izin penelitian dan data-data kepada penulis selama penelitian.
6. Terima kasih juga penulis sampaikan kepada Bapak M.H Thamrin Syafa'at dan Bapak Kun Haryono yang telah banyak membantu dan meluangkan waktu kepada Penulis dalam memberikan keterangan dan data-data, serta informasi yang berguna hingga selesainya skripsi ini.
7. Rekan-rekan sesama Manajemen '00 dan '01, khususnya Darla, Erni, Ronny Faurizal, Desniar, Mawartini, Tuti, Budi, Gunawan, Junaidi, Darma, Ronny, Wardah, dan lain-lainnya yang telah banyak membantu penulis dalam memberikan motivasi, saran dan kritikan yang membangun selama penyelesaian skripsi ini.
8. Kepada seluruh sahabat-sahabat penulis khususnya Petro Imelda, Erni, Emmi, Enda, Arta yang telah banyak membantu dan mendorong penulis untuk berbuat yang terbaik bagi diri sendiri, keluarga dan teman-teman sekalian. Terima kasih atas persahabatan dan kebersamaan yang telah kita jalin selama ini.

Penulis menyadari masih banyak kelemahan dan kekurangan dalam menyelesaikan skripsi ini yang disebabkan keterbatasan kemampuan, kesempatan dan pengetahuan penulis. Untuk itu diharapkan kritik dan saran demi perbaikan dan

kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya, penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua.

Medan, November 2003

Penulis

**Eva Olivia. S**



## DAFTAR ISI

RINGKASAN.....	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Alasan pemilihan judul.....	1
B. Perumusan masalah.....	2
C. Hipotesis.....	3
D. Luas dan tujuan penelitian.....	3
E. Metode penelitian dan tehnik pengumpulan data .....	4
F. Metode analisis.....	5
BAB II URAIAN TEORITIS	
A. Pengertian manajemen pemasaran.....	7
B. Marketing Mix.....	9
C. Pengertian dan Peranan Promosi.....	17
D. Jenis-jenis dan media promosi.....	22
E. Faktor-faktor yang mempengaruhi promosi.....	25

BAB III PT. BHANDA GHARA REKSA MEDAN

A. Gambaran umum perusahaan.....	30
B. Kegiatan promosi yang digunakan.....	40
C. Target dan realisasi volume penjualan.....	41
D. Hambatan-hambatan yang dihadapi.....	45

BAB IV. ANALISIS DAN EVALUASI..... 47

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	57
B. Saran.....	58

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

