

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat dan karunia-Nyalah maka penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Adapun judul daripada skripsi ini adalah : **“STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN COCA-COLA PADA PT. COCA-COLA BOTTLING INDONESIA MEDAN”**. Maksud dan tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi persyaratan akademis bagi setiap mahasiswa yang akan menyelesaikan studinya dalam meraih gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.

Penulis berupaya semaksimal mungkin agar penulisan skripsi ini dapat memenuhi harapan semua pihak. Penulis menyadari bahwa tulisan ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis akan menerima kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Selama mengikuti perkuliahan di Universitas Medan Area, penulis telah banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, berupa bimbingan dan saran. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih yang tidak terhingga kepada :

1. Bapak H. Syahriandy, MSi, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area, sekaligus sebagai Pembimbing II yang turut membimbing penulis dalam penyempurnaan skripsi ini.
2. Bapak Drs. H. Jhon Hardy MSi, selaku Ketua Jurusan Manajemen, sekaligus sebagai Pembimbing I, yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Seluruh staf pengajar/pegawai tata usaha Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
4. Bapak Pimpinan PT. Coca-cola Bottling Indonesia Medan, beserta staf/karyawan, terutama Bapak A. Nasoha yang telah membantu penulis dalam hal mendapatkan data-data yang diperlukan.
5. Buat Ayahanda K. Situmorang dan Ibunda R. Br. Malau beserta Abang dan Adik penulis yang telah banyak memberikan dorongan dan doa hingga selesainya skripsi ini.
6. Buat KTB Paulus, teman-teman Muda-mudi Immanuel serta rekan-rekan seperkuliahan yang namanya tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Medan, Agustus 2003

Penulis,

PARIDAH SITUMORANG

DAFTAR ISI

	Halaman
R I N G K A S A N	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I : P E N D A H U L U A N	1
A. Alasan Pemilihan Judul	1
B. Perumusan Masalah	3
C. Hipotesis	3
D. Luas dan Tujuan Penelitian	4
E. Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data	4
F. Metode Analisis	5
BAB II : LANDASAN TEORITIS	7
A. Pengertian dan Arti Penting Strategi Pemasaran	7
B. Fungsi Strategi Pemasaran	11
C. Pasar Sasaran	16
D. Strategi Bauran Pemasaran	21

	Halaman
BAB III : PT. COCA-COLA AMATIL INDONESIA UNIT MEDAN	33
A. Gambaran Umum Perusahaan	33
B. Strategi Pemasaran yang Dijalankan	52
C. Pasar Sasaran yang Dituju	62
D. Strategi Pemasaran yang Digunakan.	64
E. Perkembangan Volume Penjualan Tahun 1997 - 2001	67
F. Hambatan-hambatan yang Dihadapi dan Usaha-usaha untuk Mengatasinya	71
BAB IV : ANALISIS DAN EVALUASI	73
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	85
A. Kesimpulan	85
B. S a r a n	86
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

	Halaman
TABEL :	
1 : HARGA PER BOTOL COCA-COLA TAHUN 1997 - 2001 PADA PT.COCA-COLA AMATIL INDONESIA MEDAN	60
2 : TARGET DAN REALISASI PRODUKSI COCA- COLA TAHUN 1997 - 2001 PADA PT. COCA- COLA AMATIL INDONESIA MEDAN (DALAM KRAT)	69
3 : TARGET DAN REALISASI PRODUKSI COCA- COLA TAHUN 1997 - 2001 PADA PT. COCA- COLA AMATIL INDONESIA MEDAN (DALAM RUPIAH)	70

DAFTAR GAMBAR

Halaman

GAMBAR :

1	: STRUKTUR ORGANISASI PT. COCA-COLA AMATIL INDONESIA UNIT MEDAN	38
2	: SALURAN DISTRIBUSI PT. COCA-COLA AMATIL INDONESIA MEDAN	67

