

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan syukur kebadirat Allah SWT yang senantiasa kita harapkan ridhonya dan yang telah memberikan berkah, nikmat dan karunia Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa terimakasih yang tak terhingga kepada :

1. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Dr. H. Sya'ad Afifuddin. SE. MEc.
2. Bapak Ihsan Effendi, SE, MSi, selaku ketua Jurusan Program Studi Manajemen.
3. Bapak Drs. H. A. Aziz Hasan, MM, selaku Dosen Pembimbing I yang dengan penuh kesabaran ditengah – tengah kesibukannya telah menyempatkan diri dan meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam membimbing penulisan skripsi ini.
4. Bapak Hery Syahrial SE, MSi, selaku Dosen Pembimbing II yang telah menyediakan waktu untuk membimbing dan memberikan saran serta petunjuk yang berharga guna penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh staf pengajar Fakultas Ekonomi Medan Area yang telah memberikan ilmu pengetahuannya kepada penulis selama dibangku perkuliahan.
6. Seluruh staf administrasi di Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area yang telah memberikan pelayanan yang baik terhadap penulis.
7. Ibunda dan Ayahanda tercinta yang telah memberikan segalanya yang terbaik bagi penulis.

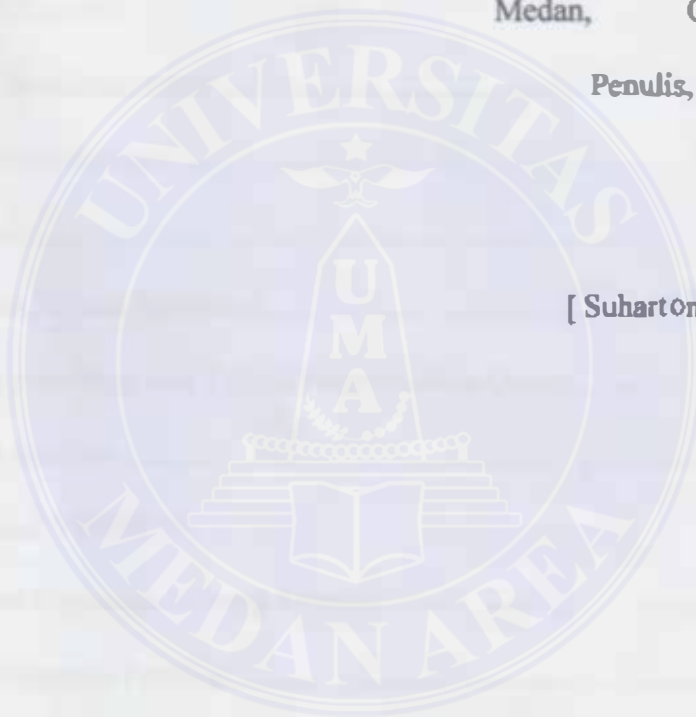
8. Seluruh pimpinan PT. Inbisco Niagara Semesta Binjai yang telah mengizinkan penulis melakukan pengambilan data sebagai bahan penelitian dalam pembuatan skripsi ini.

Akhirnya penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah turut membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu per satu. Semoga Allah SWT selalu memberikan rahmatnya kepada kita semua.

Medan, Oktober 2007

Penulis,

[Suhartono]



DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Alasan Pemilihan judul	1
B. Perumusan masalah	2
C. Hipotesis.....	2
D. Luas dan Tujuan Penelitian.....	2
E. Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data	3
F. Metode Analisis	4
BAB II LANDASAN TEORITIS	
A. Arti dan Kegunaan Strategi Promosi	5
B. Bentuk-Bentuk Promosi	8
C. Pengembangan Strategi Promosi	12
D. Penyusunan Strategi Promosi	25
E. Strategi Merebut Pasar	27

BAB III	PT. INBISCO NIAGATAMA SEMESTA BINJAI	
	A. Gambaran Umum Perusahaan.....	33
	B. Strategi Promosi Yang Dijalankan.....	40
	C. Strategi Merebut Pasar Yang Dijalankan.....	45
	D. Rencana dan Realisasi Penjualan 2002-2006	47
	E. Biaya Promosi 2002-2006.....	48
	F. Hambatan Yang Dihadapi dan Usaha Mengatasinya.....	48
BAB IV	ANALISIS DAN EVALUASI.....	51
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
	A. Kesimpulan	59
	B. Saran	60
	DAFTAR PUSTAKA	62

DAFTAR TABEL

Tabel :	Halaman
1. Perbedaan Berita Dengan Publisitas	16
2. Kekuatan dan Kelemahan Corporate Advertising	18
3. Kelebihan dan Kekurang Direct Marketing	20
4. Rencana dan Realisasi Penjualan 2002 – 2006.....	47
5. Biaya Promosi 2002-2006.....	48
6. Analisis Rencana dan Realisasi Penjualan 2002 – 2006.....	52
7. Analisis Biaya Promosi 2002 - 2006	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Bagan Struktur Organisasi	36

