

KATA PENGANTAR

Sesuai dengan ketentuan yang ada pada setiap perguruan tinggi, termasuk Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area, bagi mahasiswa yang akan mendapatkan gelar kesarjanaan diwajibkan menulis suatu karya ilmiah.

Untuk memenuhi ketentuan tersebut penulis menyusun tulisan ini yang diberi judul "Strategi Pemasaran Kredit Pada PT Bank Perkreditan Rakyat Duta Adiarta Medan". Penulis menyadari bahwa tulisan ini masih banyak kekurangannya walaupun Penulis telah berusaha menyusunnnya dengan sebaik-baiknya.

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas semua karunia, rahmad dan hidayahnya, sehingga penulis berhasil dalam menyelesaikan tulisan ini, tercapainya ini semua tidak terlepas dari dorongan dan bantuan dari berbagai pihak.

Pada kesempatan ini Penulis dengan hati yang tulus menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Bapak H.Syahriandy, SE, Msi selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
2. Bapak Drs.H.Jhon Hardy, SE, Msi selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area sekaligus Pembimbing I dalam Majelis Penguji.
3. Bapak Hery Syahril, SE, MSi selaku Pembimbing II dalam Majelis Penguji.
4. Bapak Drs.Zainal Abidin selaku Ketua dalam Majelis Penguji.
5. Ibu Dra.Isnaniah Lks selaku Sekretaris Majelis Penguji.
6. Para staf dan pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.

7. Pimpinan, Staff dan karyawan PT Bank Perkreditan Rakyat Duta Adiana Medan.
8. Ibunda Saimah, Sag, Ayahanda Alm. H. Syamsul Bahri Lubis, SH, kakak, adik dan saudara-saudara yang begitu setia dan mencintai penulis dalam mendampingi penulis.
9. Teman-teman mahasiswa Fakultas Ekonomi Medan Area, yang tidak dapat penulis sebut satu persatu
10. Semua orang yang telah memberikan bantuan baik moril maupun materil kepada Penulis, sehingga dapat menyelesaikan tugas ini.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini kelak bermanfaat bagi penulis, PT Bank Perkreditan Rakyat Duta Adiana Medan dan siapa saja yang membacanya.

Medan, Agustus 2005

Penulis

M. Noor Summa Putra P

DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB. I : PENDAHULUAN	1
A. Alasan Pemilihan Judul	1
B. Perumusan Masalah	4
C. Hipotesis	4
D. Luas dan Tujuan Penelitian	5
E. Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data	5
F. Metode Analisis	6
BAB. II : LANDASAN TEORITIS	8
A. Arti Penting Strategi Pemasaran	8
B. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Strategi Pemasaran	12
C. Arti Penting Kredit	16
D. Faktor-Faktor Penentuan Kredit	20

BAB. III	: PT. BANK PERKREDITAN RAKYAT DUTA ADIARTA	27
A.	Gambaran Umum Perusahaan	27
B.	Strategi Pemasaran Yang Diterapkan	40
C.	Dasar-Dasar Penerapan Strategi Pemasaran	54
D.	Jenis-Jenis Kredit Yang Diberikan	57
E.	Dasar-Dasar Penentuan Kredit Yang Diberikan	59
F.	Hambatan-Hambatan Yang Dihadapi	60
BAB. IV	: ANALISIS DAN EVALUASI	63
BAB. V	: KESIMPULAN DAN SARAN	70
A.	Kesimpulan	70
B.	Saran	72
DAFTAR PUSTAKA		