

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim,

Terlebih dahulu penulis mengucapkan puji dan syukur kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis menyelesaikan skripsi yang sederhana ini dalam rangka menempuh salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.

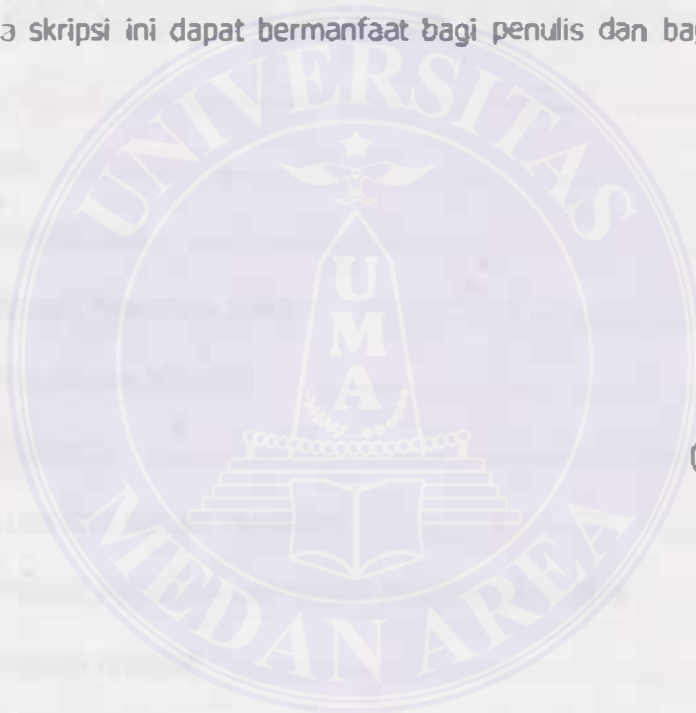
Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini belum sempurna seperti yang diharapkan, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan dan menerima segala kritik dan saran-saran demi kesempurnaan skripsi ini.

Selanjutnya penulis menyadari bahwa tersusunnya skripsi ini adalah berkat bantuan dari dosen pembimbing maupun semua pihak yang terkait di dalamnya dengan judul yang penulis pilih. Oleh sebab itu, dengan selesainya skripsi ini maka penulis mengucapkan banyak terima-kasih kepada :

1. Bapak Drs. H.A. Azis Hasan, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
2. Bapak Drs. H. Miftahuddin, MBA, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
3. Ibu Dra. Hj. Adja Safinat selaku Dosen Pembimbing I penulis.
4. Bapak Drs. H. Syahrindy Msl, selaku Dosen Pembimbing II penulis,
5. Bapak dan Ibu Dosen serta seluruh unsur staf administrasi Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.

6. Bapak Pimpinan dan karyawan Fa. Viat Sing Medan atas semua kesempatan yang diberikan bagi penulis untuk atas semua kesempatan yang diberikan bagi penulis untuk melakukan penelitian sebagai bahan penyusunan skripsi Ini.
7. Terkhusus ucapan terimakasih kepada Ayahanda dan Ibunda sebagai penghormatan dan rasa baktiku,

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan bagi para pembaca sekalian.



Penulis,

(Ahmad Jami')

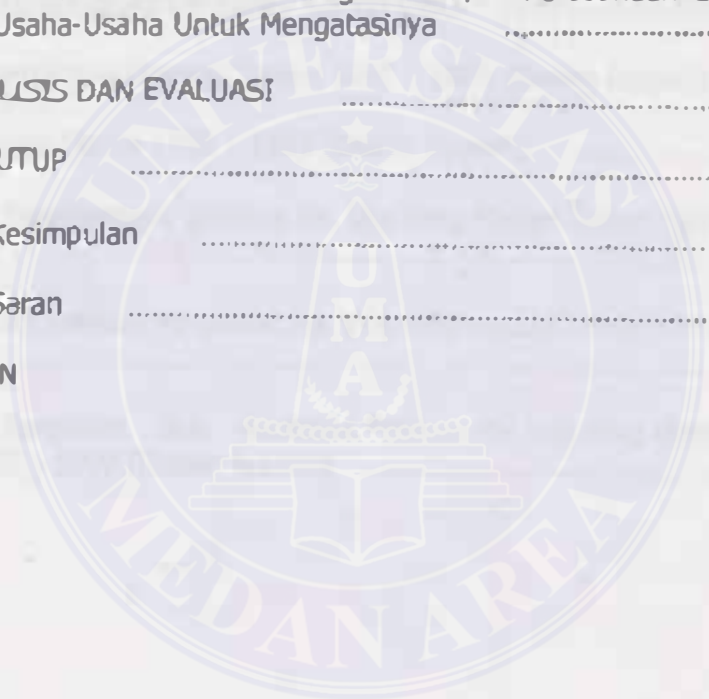
DAFTAR ISI

halaman

RINGKASAN

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
BAB I. PENDAHULUAN	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 Pentingnya Promosi	7
B. Tujuan Promosi	9
C. Bentuk-Bentuk Promosi	10
D. Strategi dan pemilihan Promosi Yang Akan Dipakai	14
E. Strategi Pemasaran	19
BAB III. Fa. VIAT SING MEDAN	27
A. Gambaran Umum Perusahaan	27

B. Jenis Produk Yang Dihasilkan	36
C. Rencana dan realisasi Penjualan 1995 – 1999	38
D. Kebijakan Promosi Yang Dijalankan	40
E. Kebijakan-Kebijakan Lain Yang Mendukung Kebijakan Promosi	45
F. Hambatan-Hambatan Yang Dihadapi Perusahaan dan Usaha-Usaha Untuk Mengatasinya	48
BAB IV. ANALISIS DAN EVALUASI	51
BAB V. PENUTUP	63
A. Kesimpulan	63
B. Saran	64
DAFTAR BACAAN	



DAFTAR TABEL

halaman

1.	Variabel - Variabel Yang Berhubungan Dengan product, Place, Promotion dan Price	25
2.	Penjualan Produk Fa. Viat Sing Medan Tahun 1995 – 1999 (Dalam Rupiah)	39
3.	Rencana dan Realisasi Penjualan Tahun 1995 – 1999 (Dalam Rupiah)	49
4.	Rencana dan Biaya Promosi Tahun 1995 – 1999 (Dalam Rupiah)	44
5.	Biaya Promosi Tahun 1995 – 1999 (Dalam Rupiah)	45
7.	Realisasi Pelaksanaan promosi Fa. Viat Sing Medan Tahun 1995 – 1999	58
8.	Rencana dan realisasi Penjualan Fa. Viat Sing Medan Tahun 1995 – 1996	59
9.	Realisasi Penjualan dan Realisasi Promosi Fa. Viat Sing Medan Tahun 1995 – 1999 (Dalam Rupiah)	60

DAFTAR GAMBAR

	halaman
1. Daur Hidup Produk	18
2. Kerangka Pemikiran Strategis	21
3. Struktur Organisasi FA. Vlat Sing Medan	31

