

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Segala Puji dan Syukur bagi Allah SWT., karena dengan kehendak dan kemurahanNya Penulis dapat merampungkan skripsi sederhana ini yang merupakan salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area, serta shalawat dan salam bagi junjungan kita Nabi Muhammad SAW., keluarganya, sahabatnya dan para tabi'in.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini sama sekali belum sempurna dan oleh sebab itu, dengan kerendahan hati Penulis mengharapkan kritik dan saran serta petunjuk kesempurnaan agar dapat menjadi bekal yang berharga bagi Penulis di masa-masa yang akan datang.

Dalam penyelesaian skripsi ini, Penulis banyak menerima baik bimbingan, pengarahan, dan nasehat-nasihat dari berbagai pihak, juga selama mengikuti pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area, maka pada kesempatan ini Penulis dengan tulus mengucapkan terima kasih serta penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

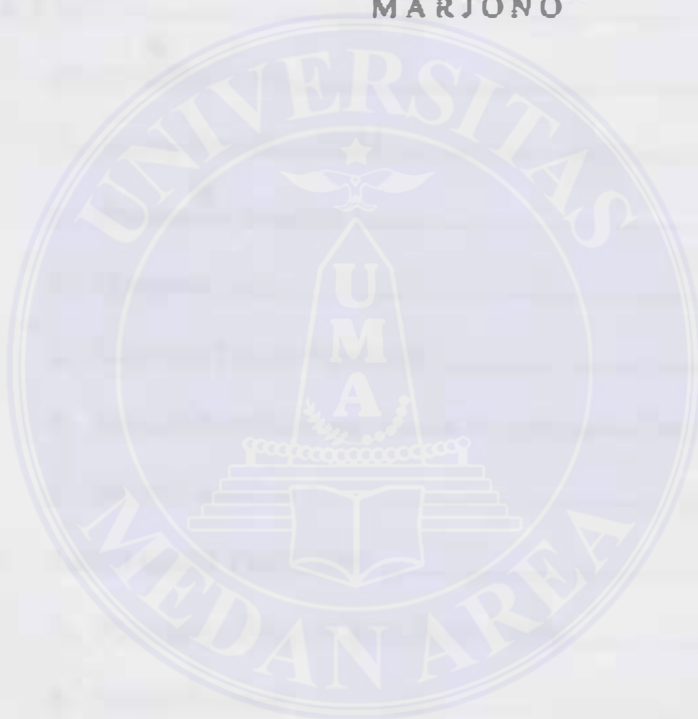
1. Bapak Rektor Universitas Medan Area
2. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area yang telah mendidik dan membimbing Penulis selama perkuliahan.
3. Bapak Drs. H. A. Aziz Hasan, MM. sebagai Pembimbing I yang telah menyediakan waktu dan fikiran demi terwujudnya skripsi ini.
4. Bapak Henry Syahrial, SE. MSi. sebagai Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, petunjuk dan koreksi hingga selesaiya skripsi ini.
5. Bapak Pemimpin, Staff dan Karyawan dari Perusahaan PT. Gramedia Asri Media yang telah banyak membantu Penulis dalam memperoleh bahan-bahan yang diperlukan bagi penulisan skripsi ini.
6. Seluruh rekan-rekan mahasiswa pada Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area dan semua pihak yang tidak dapat Penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu Penulis dalam penulisan skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis tidak dapat membalas semua bantuan yang tidak ternilai yang telah Penulis terima, semoga ALLAH SWT. melimpahkan karuniaNya kepada kita sekalian.

Medan, Nopember 2006

Penulis,

MARJONO



DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Alasan Pemilihan Judul	1
B. Perumusan Masalah	2
C. Hipotesis	3
D. Luas dan Tujuan Penelitian	3
E. Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data	3
F. Metode Analisis	5
BAB II LANDASAN TEORITIS	6
A. Pentingnya Promosi Bagi Dunia Usaha	6
B. Tujuan Promosi	6
C. Bentuk-bentuk Promosi	9
D. Pertimbangan Dalam Memilih Media Promosi	20
E. Hubungan Antara Promosi Dengan Penjualan	23

BAB III	PT. GRAMEDIA ASRI MEDIA CABANG MEDAN GAJAH	
	MADA, MEDAN	26
	A. Gambaran Umum Perusahaan	26
	B. Bentuk-Bentuk Promosi Yang Dijalankan Perusahaan	33
	C. Pasar Sasaran Yang Dituju	36
	D. Strategi Promosi Yang Dijalankan Perusahaan	37
	E. Rencana Dan Realisasi Biaya Promosi 2001 s/d 2005	41
	F. Rencana Dan Realisasi Penjualan 2001 s/d 2005	43
	G. Hambatan-hambatan Yang Dihadapi Oleh Perusahaan Dan Usaha-usaha Untuk Mengatasinya	48
BAB IV	ANALISIS DAN EVALUASI	50
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	61
	A. Kesimpulan	61
	B. Saran	62
	DAFTAR PUSTAKA	64